

**PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA
INFORMASI DAN SOSIALISASI PONDOK KEBON JAMBU
AL-ISLAMY CIREBON**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Broadcasting

Oleh:

Shofwatul Aini Rahmah

2001026063

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 1 bandel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

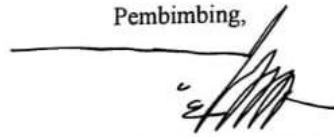
Nama : Shofwatul Aini Rahmah
NIM : 2001026063
Fakultas/ Konsentrasi : Dakwah dan komunikasi/ Broadcasting
Judul : Pengelolaan Channel YouTube
Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Cirebon.

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 30 Mei - 2024

Pembimbing,



Mustofa Hilmi M. Sos.

NIP. 199202202019031010

PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI


PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI PONDOK KEBON JAMBU AL-ISLAMY CIREBON

Disusun Oleh:
Shofwatul Aini Rahmah
2001026063


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 20 Juni 2024 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


Dr. Abdul Ghoni, M. Ag.
NIP. 197108 30 199703 1 003

Sekretaris Penguji


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 196310 17 199103 2 001

Penguji I


Dra. Amelia Rahmi, M.Pd.
NIP. 196602 09 199303 2 003

Penguji II


Adeni, M.A.
NIP. 199101 20 201903 1 006

Mengetahui,
Perubimbing


Mustofa Hilmi, M.Sos.
NIP. 199202 20 201903 1 010

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 20 Juli 2024

Prof. Dr. H. Moh Fauzi, M.Ag.
NIP. 197205 17 199803 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat, bila kemudian hari ditemukan bukti pelanggaran, maka penulis siap bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Semarang, 4 Juni 2024



Shofwatul Aini Rahmah

NIM. 2001026063

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil' alamin*, Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang maha agung, atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga kelak mendapatkan syafaatnya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Cirebon” akhirnya telah diselesaikan pada waktu yang tepat. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam melakukan penyelesaian studi dan penelitian pada skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, baik doa, dukungan, bimbingan, pengarahan dan segala aspek yang membantu berjalannya studi ini hingga selesai. Oleh karena itu, izinkan peneliti untuk menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tidak ada batasnya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Asep Dadang Abdullah, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Abdul Ghoni, M. Ag., selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Mustofa Hilmi, M. Sos., Selaku Dosen Pembimbing skripsi sekaligus wali dosen yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, pengarahan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan semua yang membantu dalam penyelesaian studi dan skripsi, semoga ilmu yang disalurkan dapat bermanfaat sampai akhirat nanti.

6. Ibu Marfuah, seorang ibu bagai malaikat tak bersayap yang doanya tiada henti, perjuangannya tak terbatas, keringatnya tak pernah mengenal lelah. Terima kasih untuk semua doa yang selalu dipanjatkan serta perjuangan yang tanpa henti.
7. Bapak Mashuri, seorang ayah yang merupakan cinta pertama anak perempuannya dengan perjuangan tanpa lelah selama hidupnya, semoga diberikan tempat yang layak oleh Allah SWT, Al Fatihah.
8. Kepada seluruh keluarga, Nabila Fitri adik perempuan, Naufal Ramadhan kakak laki-laki, yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat.
9. Dewan pengasuh pondok kebon jambu yang memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.
10. Tim Media Jambu, yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membantu kelancaran penelitian ini.
11. Keluarga besar kelompok KKN Sumber Sinergi yang merupakan keluarga baru untuk saling memberi semangat serta memberikan pengalaman yang mengesankan.
12. Keluarga besar Walisongo TV, Khususnya Angkatan 2020 yang sudah belajar bersama, berkembang bersama selama di Walisongo TV.
13. Teman-teman seperjuangan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2020, tetap semangat sampai selesai dalam mengerjakan skripsi.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat untuk membangun kesempurnaan sangat penulis harapkan untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi memberikan manfaat bagi pembaca serta bagi pihak yang membutuhkan.

Semarang, 4 Juni 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Shofwatul Aini Rahmah' in a cursive style.

Shofwatul Aini Rahmah

NIM. 2001026063

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur yang mendalam karena telah menyelesaikan penulisan skripsi, untuk itu skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada, Kedua orang tua Bapak Mashuri dan Ibu Marfuah, merekalah yang menjadi alasan utama terus berjuang sampai tahap ini. Terimakasih atas doa yang tak pernah henti, doa yang selalu mengharapkan keberhasilan dan kebaikan dalam setiap perjuangan anaknya. Khususnya untuk Almarhum Bapak, skripsi ini ku persembahkan untukmu yang menjadi alasan pertama untuk melanjutkan Pendidikan ke tingkat perguruan tinggi.

MOTTO

“Kerjakanlah urusan duniamu seakan-akan hidupmu selamanya dan kerjakanlah urusan akhiratmu seakan-akan kamu akan mati besok”

HR. Ibnu Asakir

ABSTRAK

Shofwatul Aini Rahmah. 2001026063. Pengelolaan Channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Cirebon.

Perkembangan digital yang masuk pada perubahan dunia pesantren tentu memberikan tantangan dan peluang yang besar. YouTube menjadi salah satu media sosial yang dimanfaatkan sebagai media informasi dan sosialisasi Pondok. Sebagai pondok pesantren dengan jumlah santri yang banyak, tentunya memiliki tantangan tersendiri dalam mengelola channel YouTube, seperti YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

Tujuan dari penelitian ini ingin menjelaskan pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Metode penelitian yang digunakan, menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi dan wawancara. Sumber dan jenis data menggunakan sumber data primer yaitu ketua media jambu sebagai pengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tim Media Jambu sejauh ini telah memproduksi video yang berisi tentang informasi serta sosialisasi program-program pondok yang mengelola channel YouTube melalui 4 tahapan yaitu tahap perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan memberikan pengaruh serta pengawasan. Pada tahap perencanaan melalui rapat awal tahun yang menentukan tujuan, menganalisis kebutuhan konten. Pada tahap pengorganisasian telah melakukan pembagian tugas sesuai dengan *job description* yang terdiri dari lima orang. Pada tahap pengarah dan memberikan pengaruh melalui pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Pada tahap pengawasan telah menerapkan pengawasan dengan monitoring dan mengontrol penuh setiap hari dan sampai pada tahap penyelesaian produksi hingga hasil konten yang kurang maksimal akan menjadi bagian dari evaluasi dilihat dari respon khalayak terhadap konten yang diposting. Tim Media Jambu dalam pengelolaannya masih kurang maksimal mulai dari penjadwalan konten, minimnya alat produksi, kurangnya sumber daya manusia hingga kurang terjalannya komunikasi antar anggota. Hal ini terdapat implikasi bahwa manajemen memiliki peran sangat penting bagi Tim Media Jambu, dengan adanya manajemen yang telah diterapkan maka, segala proses kerja anggota lebih efisien dan terstruktur sehingga menciptakan lingkungan yang lebih produktif dalam menciptakan karya.

Kata Kunci: Pengelolaan, Channel YouTube, Media Informasi dan sosialisasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	12
BAB II PENGELOLAAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI	18
A. Pengelolaan	18
1. Pengertian Pengelolaan	18
2. Unsur-Unsur Manajemen	19
3. Fungsi Manajemen	22
B. Media Baru	32
1. Pengertian Media Baru	32
2. Fungsi Media Baru	32
C. YouTube.....	34
1. Fitur-fitur YouTube	36

2. Karakteristik YouTube	39
3. Manfaat YouTube.....	40
BAB III PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI PONDOK KEBON JAMBU AL- ISLAMY	44
A. Profil Pondok Kebon jambu Al-Islamy.....	44
1. Sejarah Pondok Kebon Jambu Al-Islamy	44
2. Visi dan Misi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.....	47
B. Tim Media Jambu	47
1. Sejarah dan Perkembangan Tim Media Jambu	47
2. Visi dan Misi Tim Media Jambu	50
C. Pengelolaan Channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.....	51
1. Perencanaan (<i>planning</i>).....	51
2. Pengorganisasian (<i>organizing</i>).....	53
3. Pengarahan dan memberikan pengaruh (<i>directing/influencing</i>).....	55
4. Pengawasan (<i>controlling</i>).....	60
BAB IV ANALISIS PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI PONDOK KEBON JAMBU AL-ISLAMY	62
A. Analisis Pengelolaan Channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.....	62
1. Perencanaan (<i>planning</i>).....	63
2. Pengorganisasian (<i>organizing</i>).....	67
3. Pengarah dan memberikan pengaruh (<i>directing/influencing</i>)	68
4. Pengawasan (<i>controlling</i>).....	74
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
C. Penutup.....	79

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur Organisasi Tim Media Jambu	54
Tabel 2. Daftar Media Komplek dan Media Putri	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Pondok Kebon Jambu Al-Islamy	44
Gambar 2. Logo Tim Media Jambu	47
Gambar 1. Salah satu hasil konten pada Hari Besar Islam (Tahun baru Islam) di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy	64
Gambar 2. Hasil live streaming Haflah Akhirussanah	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Izin Riset

Lampiran 3. Surat Telah Menyelesaikan Penelitian

Lampiran 4. Transkrip Wawancara Ketua Tim Media Jambu

Lampiran 5. Transkrip Wawancara Ketua Tim Media Jambu Tahun 2022

Lampiran 6. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet dan pertumbuhan media baru merupakan dua contoh kemajuan teknologi yang paling menonjol. Media baru cukup aktif dalam proses mengkonstruksi realitas sosial. Hal ini terlihat langsung dari kehidupan pengguna media yang hampir modern. Media banyak digunakan sebagai media komunikasi dan interaksi massa dalam rangka mendokumentasikan atau mengabadikan setiap kegiatan sehari-hari (Adeni et al., 2021). Munculnya media baru berbasis internet semakin mempertajam efek yang ditandai dengan hadirnya media sosial. Telah terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah orang yang menggunakan media sosial di Indonesia. Data Reportal memperkirakan ada 167 juta orang yang menggunakan media sosial pada tahun 2023, setara dengan 76,4% dari total populasi. Mulai tahun 2017, jumlah pengguna media sosial mencapai 112 juta orang, setara dengan 47,03% dari total populasi. (Yonatan, 2023). Kehadiran internet dan media sosial dari setiap tahunnya terus mengalami pertumbuhan dalam setiap penggunaannya, hampir semua penduduk Indonesia saat ini adalah pengguna internet. Berkembangnya teknologi yang sangat pesat, warga milenial lebih menyukai dengan sesuatu yang instan serta mudah diakses seperti internet yang mempunyai beberapa kelebihan. Baik semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan platform media sosial di Indonesia yang mudah diakses melalui handphone, maupun semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan platform media sosial tentunya telah membawa perubahan dalam dunia penyiaran, dari yang konvensional hingga modern dan serba digital. Dengan adanya media sosial, komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat serta lebih

transparan dalam penyampaian informasi kepada khalayak (Kustiawan et al., 2022).

YouTube adalah platform jejaring sosial yang juga mencakup situs web yang menawarkan berbagai macam video, termasuk video klip, film, dan video khususnya bagi para pengguna YouTube. Pada awal tahun 2023, terdapat 139 juta pengguna YouTube, menjadikannya platform media sosial terpopuler di Indonesia. Telah terbukti bahwa YouTube adalah salah satu platform media sosial paling populer. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa orang-orang yang menggunakan YouTube lebih terlibat dalam pekerjaannya, memiliki akses informasi yang lebih baik, dan dapat berkomunikasi satu sama lain. YouTube telah berevolusi untuk menyertakan beragam fungsi, dan kini cukup bermanfaat dalam berbagai cara, bergantung pada kebutuhan penggunanya. Ada banyak jenis video berbeda yang dapat ditemukan di YouTube, mulai dari video tentang kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh vlogger, video penyanyi, dan video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri. Sudah ada lebih dari satu miliar orang yang menggunakan YouTube, dan sekitar sepertiga dari mereka yang menggunakan akses internet dan menonton video dari YouTube setiap harinya. Semakin tinggi pengguna YouTube dan munculnya kehadiran media sosial, memberikan perubahan dan dampak yang signifikan baik dalam bidang pendidikan, politik, ekonomi maupun dampaknya akan terjadi pada perubahan dunia pesantren.

Tidaklah cukup bagi santri hanya sekedar dibekali ilmu keagamaan pada zaman sekarang ini karena maraknya teknologi digital. Namun, untuk bisa mengimbangi pesatnya kemajuan teknologi, maka harus dibarengi dengan pemahaman teknologi. Santri tidak hanya memperoleh ilmu tentang aqidah, akhlak, dan ibadah, namun mereka juga memperoleh ilmu tentang topik lainnya dan perlu dibekali dengan pengetahuan umum agar kedepannya dapat menghasilkan santri yang selalu mengikuti perkembangan digital (Alamsah, 2022). Perkembangan digital yang masuk pada perubahan dunia pesantren tentu memberikan tantangan dan peluang

yang besar. Teknologi digital memberikan peluang untuk bisa membantu pesantren dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas, namun pada sisi tantangannya teknologi mengancam keberlangsungan pesantren yang lebih tradisional. Tantangan utama yang dihadapi pesantren pada dunia digital adalah beradaptasi dan terus mengikuti arus perkembangan digital dan memanfaatkannya sebagai media informasi dan sosialisasi Pondok Pesantren. Namun hal ini tentu memerlukan perubahan pola pikir daripada pengajar pesantren serta investasi dalam infrastruktur dan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dibidang digital.

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia. Pesantren dianggap sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional karena banyaknya tradisi yang dijunjungnya dan beragam di Indonesia. Pesantren merupakan salah satu lembaga *iqomatuddin* dan mempunyai 2 fungsi yang artinya fungsi kegiatan *tafaquhu fi ad-din* untuk mengajarkan, memahami dan memperdalam ajaran Islam dan fungsi *indzar* adalah menyampaikan dan menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat (Mujahidin, 2021). Melihat dari segi fungsinya, di sisi lain pondok pesantren memiliki kemampuan dalam melakukan perubahan dari zaman ke zaman, generasi ke generasi melalui para santrinya demi memperjuangkan tegaknya masyarakat dengan tujuan untuk kehidupan masyarakat berada dalam keadaan yang seimbang antara dunia dan akhirat (Mahrissa et al., 2020).

Kemajuan zaman yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, mengandung makna bahwa pesantren turut berperan dalam mengikuti perkembangan zaman dan harus mampu mengikuti kemajuan yang terjadi di era digital. Pondok pesantren tidak mungkin lepas dari kebangkitan teknologi digital yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana informasinya dalam lingkungan kelembagaan. Selain itu, secara keseluruhannya media sosial menjadi sarana yang efisien bagi pondok pesantren untuk mendukung proses sosialisasi dan memperluas cakupan dakwah. Pesantren sebagai sebuah institusi pendidikan mempunyai

pengaruh yang sangat besar terhadap masyarakat yang memerlukan sarana syiar pesantren, informasi dan sosialisasi agar hubungan antar pesantren dengan masyarakat menjadi lebih harmonis, efisien dan pesan tersampaikan secara tepat dan cepat. Selain menjadi sarana informasi dan sosialisasi, perkembangan teknologi pada dunia pesantren juga menjadi wadah baru dalam ajang kreatifitasnya untuk memanfaatkan dan mengelola media sosial khususnya pada YouTube yang dimiliki oleh pondok pesantren.

Pengelolaan dapat digambarkan sebagai manajemen yang sama-sama memiliki tujuan dengan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Agar suatu organisasi dapat mencapai tujuannya, maka harus ada manajemen yang bertugas mengelola kinerja para anggotanya. Menurut Morissan, mengelola media penyiaran pada dasarnya sama dengan mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sebenarnya ditopang oleh kreativitas manusia yang menjalankan tiga pilar utama yaitu teknik, program, dan pemasaran. Selain itu, pengelolaan media sosial YouTube yang dimiliki oleh pesantren juga menjadi salah satu aspek pengelolaan yang perlu dilakukan penataan, dengan mengelola sumber daya yang ada dan menjalankannya secara efektif dan efisien. Pengelolaan YouTube untuk Pondok Pesantren memerlukan perencanaan yang baik dan jelas agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yang meliputi sosialisasi nilai-nilai dan informasi keagamaan, edukasi masyarakat umum, dan peningkatan visibilitas pesantren. Saat ini banyak pondok pesantren yang memanfaatkan media sosial dengan tim pengelolanya tidak lain oleh para santri yang memang memiliki keahlian dalam bidangnya. Namun, tidak banyak individu, khususnya santri, yang memiliki kemampuan dan kemauan untuk menguasai dalam bidang digital. Padahal, pengelolaan akun media sosial membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan-kemampuan tersebut. hal ini merupakan salah satu prosedur manajemen yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia yang sudah tersedia, khususnya santri yang memiliki keterampilan khusus di bidang tersebut.

Pondok Kebon Jambu Al-Islamy didirikan oleh KH Muhammad dan Nyai HJ. Masriyah Amva pada tahun 1993 M di desa Babakan kecamatan Ciwaringin Kabupaten Cirebon. Pondok Kebon jambu adalah salah satu Pesantren semi modern yang berada di desa Babakan. Desa Babakan dikenal sebagai kampung santri karena di dalamnya terdapat kurang lebih 30 pesantren. Setiap tahunnya jumlah santri yang ada di Pondok Kebon Jambu selalu bertambah hingga 2000 santri putra dan putri. Seiring perkembangan zaman, Pondok Kebon Jambu telah maju pesat terutama di wilayah tiga yaitu Cirebon, Kuningan, Majalengka dan Indramayu. Pondok Kebon Jambu adalah salah satu pondok yang mengikuti perkembangan digital, dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pesantren. Tim Media Jambu adalah tim yang bergerak dalam mengelola media sosial Pondok diantaranya YouTube, Instagram, Facebook dan Tiktok.

YouTube Pondok Kebon Jambu sudah lama dikelola oleh tim Media Jambu sejak tahun 2013 dengan jumlah subscriber 9,72 ribu. Pada postingan-postingannya yaitu seputar kegiatan pondok pesantren, konten dakwah dan masih banyak lagi. Karena kurangnya sumber daya manusia yang mengelola media sosial pondok, tim media Jambu mengalami vakum dalam mengelola media sosial pondok, khususnya channel YouTube. Hal ini dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang mengelola media sosial pondok. Namun saat ini YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy sudah mulai berkembang kembali. Sebagai pondok pesantren dengan jumlah santri yang banyak, tentunya memiliki tantangan tersendiri dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu. Selain itu, adanya keterbatasan alat, kemampuan santri dalam dunia digital menjadi tantangan dalam pengelolaan media sosial pondok. Khususnya channel YouTube Pondok Kebon Jambu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana Tim Media Pondok Kebon Jambu melakukan pengelolaan channel YouTube yang semula vakum sampai saat ini dapat memproduksi konten secara konsisten dan mengembangkan YouTube pondok pesantren,

dengan judul Pengelolaan Channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Cirebon.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, peneliti mengambil rumusan masalah yaitu Bagaimana pengelolaan channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat memperoleh wawasan dan menjadi sumber penelitian bagi para penulis selanjutnya, khususnya dalam bidang penelitian tentang pengelolaan channel YouTube Pondok Pesantren

b. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan untuk memblurkan kontribusi bagi setiap Tim media Pondok Pesantren dalam mengelola YouTube secara struktur dan dapat dijadikan pengetahuan untuk masyarakat luas agar lebih memahami dalam memanfaatkan media sosial khususnya YouTube dalam pengelolaannya.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam proses melakukan penelitian, penulis diharuskan melakukan tinjauan pustaka terhadap subjek penelitian sebelumnya. Tujuan dari review ini adalah untuk memastikan bahwa penulis tidak melakukan kesalahan apapun dalam penelitian yang akan dilakukannya, serta untuk mencegah plagiarisme. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa tinjauan literatur yang dilakukan pada upaya penelitian sebelumnya:

Pertama, Judul skripsi Muhammad Sya'ban pada tahun 2020 yang berjudul "Pengelolaan Dakwah Berbasis Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @Tafaqquonline Yayasan Tafaqqh Kota Pekanbaru" Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui tentang pengelolaan dakwah berbasis media sosial yang dilakukan oleh Yayasan Tafaqqh kota Pekanbaru pada akun Instagram @Tafaqquonline. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan Teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, Yayasan Tafaqqh kota Pekanbaru dalam mengelola dakwah pada Instagram @Tafaqquonline melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah perencanaan yang melibatkan diskusi antara media dan divisi asatidz. Dalam perencanaannya, mereka sangat memperhatikan konsep, peluang dakwah ini akan tepat sasaran kepada umat dan seberapa besar pengaruhnya, Kemudian tahap pengorganisasian yang dilakukan oleh Yayasan Tafaqqh Kota Pekanbaru ada lima orang yang bertanggung jawab selaku admin Instagram @Tafaqquonline yang semuanya bergabung dalam tim divisi media yang bertanggung jawab menjalankan keberlangsungan media-media yang terhubung dengan Yayasan Tafaqqh kota Pekanbaru, langkah selanjutnya adalah tahap penggerakan berupa mengupload konten-konten dakwah, baik berupa cuplikan video dakwah, poster dakwah dari ustadz-ustadz yang bergabung dalam Yayasan tersebut, kemudian dalam tahap pengawasan ada dua yaitu pengawasan konten dan pengawasan kualitas tayang. Hal ini merupakan tugas dari tim asatidznya sedangkan pengawasan kualitas tayang adalah tugas dari tim divisi media yang akan mengemas video tersebut supaya lebih menarik.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti media sosial pesantren dalam pengelolaannya. Namun perbedaannya terletak pada media sosial yang diteliti; penulis hanya menyelidiki YouTube, sedangkan peneliti sebelumnya meneliti semua media sosial pesantren.

Kedua, Skripsi Nimas Maulida Zulfa pada tahun 2023 yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur’an Al-Amin Pabuaran Purwokerto Utara)” Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saefuddin zuhri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media dakwah yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Qur’an Al-Amin Pabuwaran, purwokerto utara. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan Teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al-Quran Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara membuat sebuah tim media pesantren yang bernama Kominfo Al-Amin. Kominfo Al-Amin mengelola beberapa platform media sosial yaitu Instagram, YouTube dan Facebook. Pengelolaan pada masing-masing media sosial melalui tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam melakukan perencanaan media dakwah Kominfo Al-Amin melakukan rapat kerja dengan seluruh anggota Kominfo Al-Amin Bersama dewan pembina Kominfo, dalam rapat dilakukan untuk menentukan konsep, sasaran dakwah, materi konten, pembuatan atau editing konten dan pengunggahan hingga memberikan *Feedback* kepada *followers*. Terkait pengelolaan media sosial sebagai media dakwah, Kominfo Al-Amin belum diterapkan secara efektif. Terdapat beberapa kendala dalam melakukan pelaksanaan pengelolaan media sosial salah satunya yaitu belum konsisten dalam melakukan *upload-an*. Hal ini disebabkan dalam proses produksi konten, masih banyak anggota dari masing-masing divisi pembuatan konten yang belum menguasai penggunaan alat. Setiap awal bulan, Kominfo Al-Amin mengadakan rapat evaluasi guna menilai pengelolaan media sosial sebagai media penyebaran informasi. Evaluasi yang dilakukan Kominfo bertujuan untuk mengetahui sesuai atau tidaknya strategi pengelolaan yang disusun

dengan rencana, serta dapat tersampainya pesan yang terkandung di dalam konten kepada sasaran. Banyaknya reaksi dan komentar positif yang nantinya akan digunakan untuk menentukan konten apa yang memiliki jumlah likes dari follower yang banyak, dapat digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya konten tersebut.

Persamaan pada peneliti terdahulu adalah pada penelitian media sosial Pondok Pesantren dalam pengelolaannya, namun yang membedakan adalah pada media sosial yang diteliti, penulis hanya meneliti YouTube sedangkan penelitian sebelumnya meneliti semua media sosial yang dimiliki Pondok Pesantren.

Ketiga, skripsi yang akan disampaikan Muhammad Abdullah Munif pada tahun 2021 yang berjudul “Pengelolaan Media Dakwah Pondok Pesantren Lirboyo (Studi Akun Instagram @limofficial_lirboyo)” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media dakwah Pondok Pesantren Lirboyo pada akun Instagram @limofficial_lirboyo. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan deskriptif, dan metode penelitian yang digunakan adalah metodologi penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi penggunaan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan temuan penelitian ini, Lembaga Ittihadul Muballighin Lirboyo telah berhasil menerapkan dan melaksanakan proses pengelolaan media dakwah Instagram @limofficial_lirboyo melalui beberapa tahapan, dimulai dari tahap perencanaan dan diakhiri dengan tahap pengawasan. Dalam tahap perencanaan, baik dalam perencanaan strategi dan perencanaan operasional sudah dipersiapkan dan dijalankan. Perencanaan strategi yang dilakukan Lembaga Ittihadul Muballighin dalam menerapkan proses perencanaannya dilakukan setiap satu bulan sekali dalam acara siang bulanan. Sementara itu, perencanaan operasional kerabat kerja Lembaga Ittihadul Muballighin mempunyai inisiatif dan inovasi tersendiri dalam produksi materi dan program. Pembagian atau pengelompokan kegiatan-kegiatan yang

dilakukan rekan kerja menjadi suatu kesatuan yang sesuai dengan uraian tugas telah dilaksanakan pada tahap pengorganisasian. Pada proses pengarah dan memberikan pengaruh, terdiri dari empat langkah tahap mengarahkan dan mempengaruhi, yang meliputi tahap motivasi, komunikasi, kepemimpinan, serta pelatihan. Pada tahap pengawasan, telah berhasil melakukan pengawasan dengan mengontrol dan memantau rekan kerja secara langsung di studio melalui dewan harian, serta bekerja dengan efisien dan efektif.

Penelitian mengenai media sosial pesantren dalam penyelenggaraannya sebanding dengan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya. Namun perbedaannya terletak pada media sosial yang dianalisis. Penulis melakukan penelitian pada YouTube, sedangkan penelitian sebelumnya fokus pada Instagram.

Keempat, skripsi Bella Shavira Herman pada Tahun 2020 yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi YouTube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi YouTube sebagai sarana menyebarkan berita oleh KOMPAS TV Biro Medan. Dalam penelitian ini pendekatan deskriptif kualitatif digunakan sebagai metode penelitian, dan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah hanya menggunakan teknik wawancara. Hasil penelitian ini adalah pertama, penggunaan aplikasi YouTube oleh Biro Kompas TV Medan sebagai metode penyebaran berita. Lebih spesifiknya, Biro Kompas TV Medan terlihat menghormati hasil siaran di aplikasi YouTube guna memudahkan penyebaran informasi kepada masyarakat luas kapanpun dan dimanapun. Kedua, Biro TV Kompas Medan mendapatkan manfaat dengan mengemas ulang hasil siaran ke dalam aplikasi YouTube. Keunggulan tersebut antara lain komentar positif dari penonton dan klien, dan tidak dapat dipungkiri bahwa YouTube juga menawarkan keunggulan dari segi bisnis. Ketiga, selain mendapatkan

keuntungan KOMPAS TV Biro Medan juga mengadakan kendala saat mengemas ulang tayangan, seperti kesulitan materi berita dan kesulitan dalam melanggar semangat dari KOMPAS TV sendiri salah satunya dari pengguna Bahasa yang baku, hal tersebut dilanggar oleh KOMPAS TV Biro Medan untuk menjelma sebagai orang yang berkecimpung dalam dunia digital. Keempat, selain mengemas ulang hasil siaran ke YouTube, Biro Kompas TV Medan juga mengemas ulang ke platform media lain seperti Instagram, Facebook, bahkan Tiktok. Meski Biro Kompas TV Medan berkecimpung di dunia digital dan mengemas ulang hasil siaran, namun organisasi tersebut tidak lupa untuk tetap berpegang pada kode etik jurnalistik.

Penelitian di media sosial YouTube serupa dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Namun, perbedaannya terletak pada analisisnya. Peneliti sebelumnya menganalisis bagaimana YouTube digunakan, sedangkan penulis menganalisis bagaimana pengelolaan YouTube.

Kelima, skripsi Dhea Kharisna pada tahun 2021 yang berjudul “Pemanfaatan YouTube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita (Studi Pada Channel iNews Aceh)” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana iNews Aceh memanfaatkan YouTube sebagai media penyebaran berita, serta untuk mengetahui bagaimana strategi iNews Aceh dalam meningkatkan kualitas materi berita agar dapat menarik perhatian penonton. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dan bentuk penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah meliputi penggunaan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini antara lain pertama, pemanfaatan YouTube sesuai dengan fungsinya. Secara khusus, iNews Aceh memanfaatkan YouTube untuk memberikan informasi terkini dan akurat kepada para pengguna YouTube. Tidak hanya itu, ia juga menawarkan materi edukatif, ada pengetahuan yang bisa didapat dari setiap informasi.

Ada pula fungsi selanjutnya untuk memberikan hiburan, artinya informasi yang disajikan juga memuat komponen-komponen yang bersifat menghibur bagi penontonnya yang terakhir ialah melibatkan pemanfaatan YouTube untuk memberikan pengaruh terhadap penonton setiap video yang diproduksi. Kedua, iNews Aceh mampu menarik minat pemirsanya dengan meningkatkan kualitas kontennya. Hal ini dilakukan dengan terus memaksimalkan kualitas video baik dari informasi yang disampaikan maupun dari segi teknis video, pemilihan judul dan thumbnail yang menarik karena merupakan hal pertama yang dilihat penonton sebelum menonton suatu video, dan pendistribusian. tautan video melalui berbagai platform media lain, antara lain Facebook, Instagram, dan kontributor iNews Aceh.

Persamaan pada penelitian sebelumnya adalah pada penelitian suatu media sosial yaitu YouTube, namun yang membedakan ialah dalam menganalisis, penelitian sebelumnya menganalisis pemanfaatan YouTube, sedangkan penulis menganalisis dalam pengelolaan YouTube.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan penelitian

Metode penelitian adalah suatu proses ilmiah yang digunakan untuk mencari data sebagai pemenuhan tujuan penelitian dalam suatu fenomena yang ada. Dalam penelitian membutuhkan suatu teori relevan untuk membantu permasalahan penelitian sehingga dapat menyelesaikannya. Pada penelitian penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif dalam. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang lebih memfokuskan untuk mendeskripsikan suatu keadaan sifat atau hakikat nilai suatu objek atau gejala tertentu (Abdussamad, 2021).

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang menggunakan informasi yang diperoleh dari sumber penelitian yang disebut responden dan informan

melalui pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan sebagainya (Rahmadi, 2011).

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan variabel yang memberikan batasan konsep secara jelas dalam suatu penelitian, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya batasan dari judul pengelolaan channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Dalam hal ini pengelolaan yang dimaksudkan adalah pengelolaan channel YouTube menggunakan teori manajemen media penyiaran oleh Morissan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan memberikan pengaruh serta pengawasan. Sedangkan channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi merupakan fungsi dari media baru. Pada penelitian ini media informasi dan sosialisasi tentang kegiatan yang ada di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

3. Sumber dan Jenis Data

Untuk penelitian ini hanya perlu menggunakan sumber data primer. Dalam konteks penelitian, data primer mengacu pada jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama penelitian. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah ketua Tim Media Jambu sebagai pengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian. Berikut adalah metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini:

a. Observasi

Observasi merupakan metode yang efisien untuk memperoleh wawasan tentang perilaku individu dalam lingkungan tertentu, serta pola rutinitas dan interaksi (Anggito, 2018). Dalam pengumpulan data, teknik observasi juga merupakan prosedur yang melibatkan melakukan pengamatan langsung di lapangan atau lingkungan penelitian. Jenis observasi yang digunakan peneliti adalah dengan teknik observasi non partisipan. Dalam observasi non partisipan, ini peneliti hanya mengamati kelompok yang diteliti dan tidak ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti mengamati proses pengelolaan channel YouTube secara objektif dan pada proses pengarahan yang dilakukan Tim Media Jambu ketika di lapangan, sehingga peneliti tidak mengikuti dan tidak terlibat dalam kegiatan tersebut dan dicatat dengan jelas hasil dari penelitian pada tanggal 22 Maret 202.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan pertanyaan secara langsung kepada individu yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi tentang topik yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian lebih lanjut (Rahmadi, 2011). Pada penelitian ini menggunakan metode yang disebut wawancara terstruktur, yaitu mengajukan pertanyaan yang relevan dengan penelitian ini. Adapun narasumber dari penelitian ini adalah ustadz Dzulfikar sebagai ketua Tim Media Jambu dan ustadz Alzena selaku santri senior yang pernah menjabat sebagai ketua Tim Media Jambu pada masa perkembangan Tim Media Jambu.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data terdiri dari tugas-tugas seperti mengorganisasikan, memilah, mengelompokkan, mengkodekan, atau

menandai dan mengkategorikan data untuk mencapai suatu kesimpulan yang didasarkan pada masalah atau fokus yang perlu dipecahkan. Menurut (Murdiyanto, 2020) analisis data ini berpotensi menyederhanakan materi kualitatif yang telah tersebar dan disusun, sehingga dapat dipahami dengan mudah.

Model analisis data yang dikembangkan Miles dan Huberman melibatkan pelaksanaan analisis data kualitatif. Ini melibatkan selalu memanfaatkan kata-kata yang ditempatkan dalam teks dan kemudian dirinci (Suparman, 2020). Selain itu, model ini melibatkan banyak langkah, termasuk reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan terakhir verifikasi data. Menurut Sirajuddin proses analisis data oleh Miles dan Huberman terdiri dari empat tahap, yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dirinci dalam dua bagian catatan lapangan yang berbeda: bagian deskriptif dan bagian reflektif. Catatan deskriptif merupakan catatan alami yang pernah disaksikan peneliti atau catatan yang menggambarkan apa yang dilihat, didengar, disaksikan, dan dialami peneliti. Catatan ini tidak memuat komentar atau interpretasi apapun dari peneliti mengenai fenomena yang ditemui. Sedangkan catatan reflektif adalah catatan yang memuat kesan, keterangan, pendapat, dan penafsiran terhadap penemuan yang ditemukan peneliti, serta sebagai bahan rencana pengumpulan data yang digunakan pada tahap selanjutnya.

b. Reduksi Data

Setelah proses pengumpulan data selesai, langkah selanjutnya adalah proses reduksi data, yang meliputi pemilihan data yang relevan dan berguna, mengarahkan data ke arah penyelesaian masalah, menemukan makna, atau menjawab pertanyaan penelitian.

Selanjutnya, sederhanakan dan atur secara metodis, dan jelaskan aspek-aspek penting dari temuan dan pentingnya temuan tersebut. Data dan temuan yang mengalami penurunan selama proses reduksi data hanyalah data dan temuan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selama ini, data apa pun yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian akan dibuang sama sekali. Artinya, reduksi data digunakan untuk tujuan analisis, yang meliputi penajaman, pengklasifikasian, pengarahan, dan pembuangan yang tidak penting, serta pengorganisasian data. Peneliti akan lebih mudah menarik kesimpulan dari hasil penemuan ini.

c. Penyajian Data

Ada banyak cara lain untuk menyajikan data, termasuk dalam bentuk tertulis, gambar, grafik, dan tabel. Mengkonsolidasikan informasi guna memberikan penjelasan atas kejadian yang terjadi merupakan tujuan dari proses penyajian data. Dalam skenario khusus ini, agar peneliti tidak menemui kendala dalam memahami materi secara keseluruhan atau aspek tertentu dari hasil penelitian, maka perlu bagi peneliti untuk mengembangkan narasi, matriks, atau grafik yang menyederhanakan proses perolehan. mengetahui informasi atau data yang bersangkutan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mempertahankan kendali dan memastikan tidak melakukan kesalahan saat menarik kesimpulan dari informasi yang sudah tersedia. Alasannya adalah peneliti mungkin terpengaruh untuk mengambil kesimpulan yang tidak lengkap, terfragmentasi, dan tidak dapat dibenarkan jika materi yang mereka miliki tersebar dan tidak disusun secara efektif. Penting untuk diketahui bahwa tampilan data adalah komponen analisis data.

d. Penarikan Kesimpulan

Cara menarik kesimpulan selama proses penelitian mirip dengan proses mengurangi jumlah data yang dikumpulkan. Setelah data terkumpul sesuai dengan persyaratan, dihasilkan kesimpulan sementara, dan selanjutnya diambil kesimpulan akhir setelah data terkumpul seluruhnya. Apabila peneliti telah selesai menghasilkan temuan, selanjutnya peneliti melanjutkan untuk mendeskripsikan dan menguraikan kembali kesimpulan tersebut, kemudian menyusunnya sesuai dengan bagian-bagian yang telah ditetapkan.

BAB II

PENGELOLAAN YOUTUBE

SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI

A. Pengelolaan

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan adalah proses pelaksanaan kegiatan tertentu dengan mengerahkan tenaga orang lain dengan merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi yang telah disepakati bersama. Kata pengelolaan berasal dari kata kelola yang berarti mengatur, mengatur, dan mengatur. Kamus Bahasa Indonesia mengartikan pengelolaan sebagai proses pelaksanaan kegiatan tertentu. Pengelolaan pada dasarnya sama seperti manajemen, karena pengelolaan dan manajemen memiliki tujuan yang sama dalam suatu organisasi.

Kata manajemen mengacu pada kata “*to manage*” yang berarti mengatur, mengurus, atau mengelola. Menurut (Hutahaenan, 2018) Banyak para ahli yang mengemukakan pendapat tentang arti manajemen yaitu :

Menurut Mary Parker Follet *Management is the art of getting things done through people*. Manajemen merupakan seni dalam mencapai tujuan melalui orang lain. Menurut definisi ini, setiap manajer akan mencapai tujuan organisasi dengan mengoordinasikan aktivitas orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang diperlukan.

- a. Menurut James A.F.Stoner *Management is the process of planning, organizing, leading and controlling the effort of organization member ang using all other organizational resources to achieve stated organizational goals* yang artinya Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan

mengelola tindakan para anggota organisasi, serta memanfaatkan sumber daya lain yang tersedia bagi organisasi.

- b. Menurut Robert L. Katz manajemen merupakan suatu profesi yang menuntut persyaratan tertentu.

Dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah kegiatan dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan demi tercapainya tujuan yang telah dirumuskan oleh suatu kelompok atau organisasi melalui sumber daya manusia yang ada dan bertanggung jawab atas apa yang telah dilaksanakan sesuai dengan kebijaksanaan.

2. Unsur-Unsur Manajemen

Dalam sebuah perencanaan yang dilakukan oleh organisasi demi tercapainya tujuan bersama, perlu adanya unsur-unsur manajemen yang melibatkan orang lain secara struktur dan efisien. Dalam pencapaian tujuan harus mengeluarkan orang lain, dalam menggerakkan orang lain inilah yang menjadi pondasi untuk keberhasilan dalam sebuah organisasi. Dalam manajemen diperlukan untuk saling bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, unsur manajemen sangatlah penting dalam manajemen. Menurut Jawangga beberapa unsur-unsur manajemen yaitu :

- a. Manusia (*man*)

Manusia merupakan unsur manajemen yang utama. Dalam manajemen, manusia menjadi factor paling menentukan dan berpengaruh. Dalam aktivitas manajemen, manusia memiliki 2 fungsi yaitu sebagai subjek dan objek. Manusia sebagai subjek artinya manusia berperan melakukan tindakan atau usaha dan manusia juga sebagai penggerak serta motivator. Sedangkan manusia sebagai objek artinya, manusia diatur dan diarahkan seperti unsur manajemen lain. Manusia juga menetapkan tujuan dan manusia melakukan proses untuk mencapainya. Tidak ada

nada alur kerja tanpa adanya manusia. Pada hakikatnya manusia adalah makhluk yang mampu bekerja, demikian pula pengelolaan dihasilkan oleh orang-orang yang bekerja sama satu sama lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, manusia perlu meningkatkan kemampuannya untuk terus beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

b. Uang (*Money*)

Uang merupakan salah satu elemen manajemen yang sangat penting dan tidak bisa diabaikan dalam menjelma. Dalam pengelolaan uang menjadi alat mencapai tujuan, Karena segala sesuatunya harus selalu diperhitungkan secara rasional. Uang digunakan untuk membiayai tenaga kerja, membeli bahan dan mesin, serta mendanai kampanye pemasaran dan metode kerja. Agar penggunaan uang lebih efektif dan efisien, dana perlu dikelola dan yang mengelola oleh ahli keuangan.

c. Bahan (*Materials*)

Dalam dunia bisnis, diperlukan bahan yang berkualitas untuk memperoleh hasil yang terbaik. Pada unsur ini, bahan merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam sebuah produksi, ketika bahan susah didapatkan maka akan turunnya proses produksi. Dalam pemilihan bahan juga perlu dipertimbangkan secara bijak agar tidak ada bahan yang terbuang dan tersiksa.

d. Mesin (*Machines*)

Penentuan teknik produksi padat modal yang ditandai dengan penggunaan mesin dapat menciptakan efisien dalam proses produksi. Dengan demikian, proses produksi dapat menghasilkan produk berkualitas yang memenuhi standar tertentu. Penggunaan

mesin-mesin memudahkan dalam melakukan proses produksi dan menciptakan efisiensi kerja. Media penyiaran juga dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan biaya produksi tertentu serta meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil produksi.

e. Metode

Penggunaan manusia, uang, mesin dan material dalam kegiatan manajemen perlu didukung dengan metode kerja yang efisien. Metode kerja menggambarkan prosedur kerja yang efisien. Metode kerja menggambarkan tata kerja yang teratur dan sistematis dengan mempertimbangkan aspek sasaran, menggambarkan tata kerja yang teratur dan sistematis dengan mempertimbangkan aspek sasaran, fasilitas yang tersedia, alokasi waktu, uang dan kegiatan usaha. Elemen metode terus berkembang. Dalam melaksanakan suatu pekerjaan diperlukan metode kerja yang tepat. Suatu pekerjaan yang mempunyai metode yang baik, namun kurang pengalaman dalam melaksanakannya, akan memblurkan hasil yang kurang memuaskan. Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan bergantung pada masyarakatnya sendiri.

f. Market

Dalam ranah media penyiaran, pemasaran suatu produk merupakan aspek yang sangat krusial untuk diperhatikan. Proses pembuatannya akan berakhir apabila produk yang dihasilkan tidak laku. Oleh karena itu, pengusaha pasar dalam rangka memasarkan hasil produksi merupakan faktor atau sarana penting dalam kelangsungan usaha media penyiaran. Media penyiaran harus menyelesaikan kualitas barang dengan selera konsumen di pasar dan memperhatikan daya beli (kemampuan) konsumen.

3. Fungsi Manajemen

Selain unsur manajemen, manajemen juga memiliki beberapa fungsi. Untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, manajer harus mampu menguasai fungsi-fungsi manajemen. Fungsi manajemen merupakan unsur dasar yang selalu melekat dalam proses pengelolaan media penyiaran dan menjadi acuan dalam menjalankan fungsi media penyiaran yang ada pada proses manajemen untuk mencapai tujuan bersama dengan cara merencanakan, mengorganisir, mengkoordinasi dan mengendalikan. Teori manajemen media penyiaran yang dikemukakan oleh morissan merupakan teori yang cocok untuk penelitian ini. Oleh karena itu, teori ini akan memberikan solusi terhadap kesulitan penelitian mengenai pengelolaan channel YouTube. Menurut (Morissan, 2018) manajemen umum bertanggung jawab untuk melaksanakan empat aktivitas mendasar untuk memenuhi tanggung jawab manajemennya. Fungsi-fungsi tersebut adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengaruh, serta pengendalian.

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan pengambilan keputusan mengenai apa yang harus dilakukan, kapan hal tersebut perlu dilakukan, bagaimana hal tersebut perlu dilakukan, dan oleh siapa perencanaan tersebut dilakukan. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi masa depan dimana perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi masa depan dimana rencana dan kegiatan yang direncanakan akan dilakukan, serta periode saat ini pada saat rencana tersebut disusun. Pada tahap perencanaan, mulailah dengan membuat tujuan terlebih dahulu. Dalam menentukan tujuan, pengelola media harus mengacu pada pernyataan misi organisasi atau media penyiaran. Banyak media penyiaran

mempunyai misi atau tujuan yang tertulis, dan mungkin bersifat jangka menengah atau panjang. Manajemen dapat mengimplementasikan melalui proses perencanaan. Dalam teori Morissan, ada dua tipe utama rencana, yaitu rencana strategis dan rencana operasional.

1) Rencana Strategis

Rencana strategis dirancang untuk memenuhi tujuan organisasi yang lebih luas, yaitu menerapkan misi yang memberikan alasan unik bagi keberadaan organisasi. perencanaan strategis adalah proses menentukan tujuan organisasi, menentukan strategi, kebijakan, dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut serta mempersiapkan secara strategis. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang terlibat dalam proses perencanaan dalam penentuan program siaran:

1. Menentukan tugas dan misi, yaitu dengan menetapkan jenis dan ruang lingkup tugas yang akan dilaksanakan.
2. Proses penentuan wilayah sasaran mencakup penentuan wilayah mana yang harus dicurahkan waktu, perhatian, dan keahliannya.
3. Menentukan aspek-aspek yang akan berdampak terhadap tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan, serta mengidentifikasi dan menentukan indikator-indikator yang akan mengukur efektivitas setiap pekerjaan yang dilaksanakan.
4. Menentukan sasaran yang ingin dicapai
5. Membuat rencana aksi yang akan dilakukan, diawali dengan penentuan urutan tindakan, penjadwalan, anggaran, dan pertanggungjawaban, serta dilanjutkan dengan revisi rencana sementara pada saat pelaksanaannya.

6. Menciptakan pengawasan merupakan langkah yang memiliki tujuan untuk menjamin bahwa tujuan akan tercapai.
7. Menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan membangun organisasi yang baik.
8. Dalam proses pelaksanaannya, perlu adanya jaminan bahwa semua pihak yang terlibat sepakat dengannya.

Dalam konteks menjalankan misi, strategi mengacu pada program umum yang bertujuan untuk memenuhi tujuan organisasi. Dalam konteks definisi ini, istilah "program" mengacu pada peran yang dimainkan manajer dalam perumusan strategi organisasi, yang digambarkan sebagai tindakan aktif, sadar, dan rasional. Selain memberikan rekomendasi pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan, strategi juga memberikan arahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan yang telah ditetapkan organisasi untuk dirinya sendiri. Perencanaan strategis adalah proses pemilihan tujuan organisasi, melenturkan strategi, kebijakan dan program strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dan menentukan bahwa strategi dan kebijakan terselubut telah dilaksanakan. Rencana strategis memegang peranan yang sangat penting dalam membangun sistem kerja yang mengarah pada pencapaian tujuan organisasi. Ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis. Pertama, perencanaan strategis memblurkan kerangka dasar dimana semua bentuk perencanaan lainnya harus dilakukan. Kedua, pemahaman perencanaan strategis akan memudahkan pemahaman dan penilaian kegiatan manajerial dan organisasi. Rencana strategis juga dapat dikatakan memiliki peran penting, karena itu memastikan seluruh anggota organisasi bekerja menuju tujuan yang sama (Rusmiati & Haq, 2014).

2) Rencana Operasional

Rencana Operasional merupakan gambaran yang lebih rinci tentang bagaimana rencana strategis akan dicapai. Rencana operasional terdiri dari rencana sekali pakai dan rencana tetap. Rencana tetap ialah rencana yang disusun untuk suatu kegiatan rutin yang diulang-ulang. Perencanaan ini dituangkan dalam kebijakan, aturan dan prosedur. Kebijakan merupakan suatu pembatasan dalam pengambilan pilihan, menetapkan apa yang boleh dilakukan dan menekankan apa yang tidak boleh diambil. Kebijaksanaan merupakan pedoman umum dalam pengambilan keputusan, sedangkan kebijakan merupakan batasan dalam pengambilan keputusan. Instruksi harus disertakan dalam rencana kerja yang merinci tugas-tugas yang harus diselesaikan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Petunjuk mengenai apa yang harus dilakukan disebut sebagai teori kerja atau Prosedur standar (*standard operating procedure*) hal ini merupakan pedoman yang lebih tepat untuk implementasi kebijakan. SOP memberikan sejumlah instruksi khusus untuk melaksanakan serangkaian tugas yang dilakukan secara teratur dan rutin.

Sedangkan rencana sekali pakai ialah rencana yang hanya digunakan sekali dan dirancang khusus untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam kondisi tertentu sebagai respon terhadap berbagai keputusan yang tidak terprogram. Rencana sekali pakai memiliki 3 tipe yaitu pertama, anggaran ialah satu kali yang menggunakan sumber daya untuk melaksanakan suatu kreativitas, proyek atau program yang biasanya dinyatakan dalam angka. Kedua, proyek ialah rencana sekali pakai yang merinci serangkaian aktivitas untuk mencapai tujuan tugas tertentu dan menghubungkan aktivitas tersebut dengan kerangka waktu, target kerja, dan sumber daya tertentu. Ketiga, program ialah rencana sekali pakai untuk serangkaian

kegiatan yang besar. Program dapat mencakup tujuan, tahapan, pencapaian tujuan, kebijakan, aturan dan prosedur (Herry krisnandi, 2018)

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya dan pengorganisasian kegiatan secara terkoordinasi kepada setiap individu dan kelompok untuk melaksanakan rencana. Ada tiga kegiatan yang dilakukan selama proses pengorganisasian. Kegiatan tersebut antara lain membagi komponen kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam kelompok, membagi tugas antara manajer dan bawahan dalam rangka pengorganisasian kelompok, dan menjalin solidaritas antar kelompok atau unit organisasi (Hamdi, 2020). Struktur organisasi lembaga penyiaran tidak mengikuti kriteria tertentu. Di sisi lain, lembaga penyiaran kecil biasanya hanya memiliki sejumlah kecil staf manajemen dan seringkali terdiri dari sejumlah kecil individu yang memiliki peralatan dasar (Morissan, 2018). Dalam pengorganisasian banyak manfaat yang diperoleh dalam pembentukan suatu organisasi, antara lain menunjukkan bagaimana manajemen merancang suatu struktur formal untuk penggunaan sumber daya yang dimilikinya secara paling efektif, organisasi mengelompokkan kegiatannya dimana setiap pengelompokan tersebut diikuti dengan penugasan seorang manajer yang diberikan wewenang untuk mengawasi anggota kelompok, hubungan baik, komunikasi dan laporan, menjalin hubungan baik untuk komunikasi dan laporan, menjalin hubungan baik antar fungsi, posisi, tugas serta karyawan guna memastikan koordinasi yang efektif. Hal ini karena organisasi merupakan salah satu cara dimana manajer membagi lebih lanjut tugas-tugas yang harus dilaksanakan dan mendelegasikan wewenang yang

diperlukan untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut (Suhardi, 2018).

3. Pengarah dan memberikan pengaruh (*directing/influencing*)

Konsep pengarah tidak lepas dari konsep memberi perintah. Namun hal ini merupakan perintah resmi dari atasan kepada bawahannya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu guna mewujudkan tujuan suatu organisasi. Pengarah disini merupakan pengarah yang berdasarkan pendelegasian wewenang dari seorang manajer (Gunawan, 2020). Fungsi mengarahkan dan mempengaruhi ditunjukkan pada upaya meningkatkan semangat pegawai untuk melaksanakan tanggung jawabnya secara efektif. Kegiatan mengarahkan dan mempengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan (Morissan, 2018), Empat kegiatan penting untuk mempengaruhi dalam fungsi manajemen sebagai berikut:

1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Dengan demikian, motivasi berarti suatu keadaan yang mendorong atau menyebabkan seseorang melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang terjadi secara sadar. Motivasi merupakan bagian penting dalam pengelolaan organisasi, motivasi yang baik harus dimiliki oleh setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, motivasi mengacu pada proses dimana upaya seseorang diberi energi, diarahkan dan dipertahankan untuk mencapai tujuan (Wijaya & Rifa'i, 2016). Namun sebagai seorang manajer (pimpinan) dalam memberikan motivasi bukanlah hal yang mudah, karena

setiap orang memiliki perilaku yang berbeda-beda antara anggota satu dengan anggota lainnya dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Oleh karena itu, sesulit apapun manajer harus peka dan berusaha untuk mencari strategi atau cara untuk memberikan dorongan atau motivasi kepada anggotanya agar menjalankan tanggung jawab disuatu organisasi menjadi lebih efektif.

2) Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu cara yang digunakan pemimpin dan anggota suatu organisasi untuk mengetahui tujuan dan rencana organisasi sehingga dapat ikut serta dalam terwujudnya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, komunikasi menjadi faktor yang sangat penting agar dapat menjalankan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi dalam suatu organisasi adalah suatu proses penyampaian sesuatu dimana orang tersebut bermaksud memberikan pengertian, pesan atau informasi yang berlangsung dalam suatu organisasi (Suhardi, 2018). Komunikasi dari atasan kepada bawahan sangatlah penting, namun harus dibarengi dengan keinginan manajemen untuk mendengarkan dan memahami karyawan. Selain itu, penting juga untuk menyediakan mekanisme saluran komunikasi bottom-up yang ditujukan kepada supervisor, kepala departemen atau manajer umum, rapat staf departemen, kotak saran dan kebijakan pintu terbuka yang memungkinkan terjadinya komunikasi bottom-up. Selain itu, komunikasi antara orang-orang yang berada pada tingkat yang sama juga penting dalam proses koordinasi tindakan berbagai departemen untuk mencapai tujuan dan rencana lembaga penyiaran. Penyediaan tim manajemen yang terdiri dari manajer umum dan manajer

departemen departemen yang berkomunikasi secara konsisten adalah cara yang digunakan oleh banyak stasiun penyiaran untuk menjalin komunikasi semacam ini (Morissan, 2018)

3) Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh para manajer media penyiaran untuk mengarahkan dan mempengaruhi bawahannya dalam kegiatan yang berkaitan dengan tugas, dengan tujuan agar bawahannya bersedia mengarahkan seluruh kemampuannya, baik secara pribadi maupun sebagai anggota tim demi tercapainya suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh media penyiaran (Farida, 2022). Seorang pemimpin mempunyai wewenang untuk mengarahkan anggotanya dan juga dapat memberikan pengaruh, dengan kata lain agar melaksanakan perintah dengan baik. Dalam suatu organisasi seorang pemimpin sangatlah dibutuhkan untuk menjadi seseorang yang diarahkan untuk mendefinisikan, menetapkan, atau menerjemahkan arahan bagi para pengikutnya dan memfasilitasi atau memungkinkan proses organisasi yang harus menghasilkan pencapaian tujuan (Suherman, 2019). Oleh karena itu dalam suatu organisasi kepemimpinan sangat penting, bukan hanya sebagai pemberi arahan atau perintah namun sebagai pengelola konflik-konflik dalam organisasi yang dipimpinnya sehingga konflik tersebut dapat terselesaikan.

4) Pelatihan

Pelatihan dapat diartikan sebagai proses untuk membantu seseorang untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan langsung agar membantu aktivitas atau pekerjaan tertentu. Pelatihan juga dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan

yang dirancang untuk meningkatkan kinerja anggota organisasi dalam pekerjaan atau tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Pelatihan juga bertujuan untuk membantu anggota organisasi mempelajari dan memperoleh keterampilan baru, mempertahankan dan meningkatkan keterampilan yang telah dikuasainya, mendorong anggota organisasi agar mempunyai kemampuan untuk belajar dan terus berkembang, mengamalkan pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari dalam pelatihan, mengembangkan pribadi anggota organisasi dan meningkatkan kemampuan efektivitas organisasi. Peran pelatihan dalam manajemen sangat diperlukan dalam organisasi untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan professional, karena pelatihan merupakan fungsi manajemen yang perlu dilaksanakan secara terus menerus guna mengembangkan personil dalam anggota organisasi (Wicaksana & Rachman, 2018).

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan dalam proses manajemen yang memiliki peranan penting dalam proses pencapaian tujuan yang telah digunakan. Proses ini dilakukan pada saat suatu program sedang dilaksanakan hingga kegiatan selesai. Dalam proses pengawasan memiliki berbagai fungsi yaitu mencegah terjadinya berbagai ketidakseimbangan atau kesalahan, memperbaiki berbagai ketidakseimbangan dan kesalahan yang terjadi memperkuat rasa tanggung jawab anggota organisasi dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya, mendinamiskan organisasi dan seluruh kegiatan pengelolaan lainnya. Selain itu tujuan pengawasan untuk menjamin bahwa tugas dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, fasilitas yang ada dapat digunakan secara efektif

dan efisien serta kelemahan dan kesulitan organisasi dapat diketahui (Tadjudin, 2013).

Proses pengawasan merupakan suatu metode yang digunakan untuk memastikan tercapai atau tidaknya tujuan suatu organisasi. Hal ini mengacu pada berbagai cara untuk menyusun suatu agenda agar sejalan dengan apa yang direncanakan. Dalam hal ini, menunjukkan adanya hubungan antara perencanaan dan pengawasan dalam proses pengawasan. Selain itu, melalui pengawasan pula dapat diketahui apakah perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efisien atau belum.

Dalam teori Morissan ada dua konsep utama untuk mengukur atau menentukan tingkat keberhasilan kinerja manajemen dalam lembaga penyiaran diantaranya yaitu:

1. Efisien

Pekerjaan yang diselesaikan secara akurat merupakan contoh efisiensi. Seseorang yang mampu menciptakan keluaran yang lebih tinggi, seperti hasil, produktivitas, dan kinerja, dibandingkan dengan masukan-masukan yang digunakan, seperti tenaga kerja, material, uang, peralatan, dan waktu, dianggap sebagai manajer atau pemimpin yang efisien. Dengan kata lain, manajer yang efektif mampu meminimalkan biaya penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau memaksimalkan keluaran sekaligus meningkatkan jumlah masukan yang tersedia.

2. Efektivitas

Salah satu definisi efektivitas adalah kemampuan untuk mengidentifikasi tujuan yang sesuai atau menggunakan alat yang relevan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan kata lain,

seorang manajer yang kompeten mampu memilih tugas yang sesuai untuk mencapai hasil yang diinginkan.

B. Media Baru

1. Pengertian Media Baru

Istilah Media baru atau media baru biasanya merujuk pada media digital yang interaktif, yang kemungkinan komunikasi dua arah dan melibatkan berbagai bentuk komputasi. Media baru ini berbeda atau bahkan bertentangan dengan Media lama seperti telepon, televisi dan radio. Namun, banyak media baru muncul sebagai hasil penggabungan media lama dengan teknologi seperti chip komputer dan hard drive (Nugroho, 2020). Media baru merupakan media digital yang memungkinkan pengguna mentransmisikan berbagai jenis pesan dan informasi, termasuk teks, foto, video dan lain sebagainya. Pesan dan informasi tersebut dapat diubah menjadi format digital atau soft file yang memudahkan dalam proses penyebaran informasi. Ciri khas dari Media baru adalah kemampuannya untuk memungkinkan komunikasi yang dialogis (McQuail, 2011).

2. Fungsi Media Baru

Teknologi yang digunakan untuk menyebarkan pesan, disebut sebagai media. Berikut ini adalah fungsi media baru dalam penerapannya:

a. Informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan sebagai kekuatan, media menyediakan fakta dan opini yang akurat dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak luas sebagai item informatif. Informasi yang disampaikan oleh media massa bisa berupa opini, objektif, subjektif, primer dan sekunder. Fungsi informatif media memungkinkan audiens mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan menemukan kebenaran. Media

menyebarkan informasi terutama melalui siaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah.

b. Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi kepada orang-orang di berbagai tingkatan. Mereka mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten. Misalnya, program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, berita utama dan banyak program lainnya yang disiapkan untuk mendidik masyarakat secara tidak langsung. Terutama di Negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk menyadarkan masyarakat.

c. Hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah hiburan, yang juga dianggap sebagai fungsi paling jelas dan sering digunakan. Hiburan adalah salah satu bentuk pertunjukan yang memberikan kesenangan kepada orang lain. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan melalui koran dan majalah, radio, televisi dan media online yang menawarkan cerita film, serial dan komik untuk menghibur audiensnya. Olahraga, berita, ulasan, film, seni dan fashion adalah contoh lain yang membuat waktu rekreasi dan luang penonton lebih menyenangkan.

d. Persuasi

Fungsi lain dari media baru adalah persuasi, yang melibatkan mempengaruhi pikiran orang lain. Media baru mempengaruhi audiensnya dengan berbagai cara karena konten media membentuk opini dan menetapkan agenda dalam benak publik dengan menggunakan tajuk rencana, artikel, komentar dan lain-lain.

e. Pengawasan

Fungsi media baru adalah untuk memantau masyarakat secara terus menerus dan memberikan peringatan tentang tindakan-

tindakan yang mengancam khalayak yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang untuk mengurangi kerugian.

f. Sosialisasi

Sosialisasi adalah transmisi budaya dan media berfungsi sebagai reflektor masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan pendatang baru. Sosialisasi adalah proses di mana orang diajarkan untuk berperilaku sesuai dengan budaya atau masyarakat mereka. Melalui proses ini, masyarakat belajar bagaimana menjadi anggota dari komunitas mereka. Proses sosialisasi media membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat, mendekatkan orang dan menyatukan mereka (Ibnu, 2024).

C. YouTube

Dua suku kata digunakan untuk membuat istilah YouTube. Suku kata pertama adalah "You", yang berarti "Anda", dan suku kata kedua adalah "Tube", yang menggambarkan televisi di Amerika Serikat. Sehingga YouTube dapat diartikan sebagai saluran televisi. YouTube adalah platform media sosial terkemuka dan menjadi konten berbasis video terbesar dunia yang menyediakan layanan video untuk tujuan bisnis, pendidikan, politik dan lain-lain (Abdillah, 2022). YouTube berfungsi sebagai media komunikasi dan sarana komunikasi modern di masa kini. Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim adalah orang-orang yang bertanggung jawab atas pembuatan YouTube pada tahun 2005. Pada bulan November 2006, media penyiaran Google melakukan pembelian YouTube, dan saat ini dimiliki oleh media penyiaran Google. Seiring berjalannya waktu dari satu tahun ke tahun berikutnya, internet juga terus berkembang dan semakin canggih secara keseluruhan. Menurut We Are Social, Jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023 (Annur, 2023). Munculnya media baru saat ini membuat nama YouTube menjadi perhatian utama di mata masyarakat. Bahkan sejak kedatangannya, YouTube sebagai media baru yang memiliki pengguna cukup banyak dan banyak penonton

televisi yang beralih ke YouTube. Pengguna YouTube semakin bertambah setiap hari yang berdampak pada pertumbuhan media Televisi. Saat ini jumlah penonton Televisi terus menurun, meskipun sebelumnya media TV adalah yang paling banyak ditonton oleh masyarakat. Dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat, maka generasi milenial lebih menyukai hal-hal yang instan dan mudah diakses seperti internet. Beberapa alasan warga Indonesia lebih banyak memilih YouTube dibandingkan Televisi adalah:

1. Iklan pada YouTube hanya berdurasi pendek serta dapat dilewati walaupun ada beberapa iklan yang tidak bisa dilewati, namun biasanya terdapat iklan-iklan yang menutupi seluruh video yang terletak pada pemutaran video dan tidak bisa dilewati.
2. Waktu dan tempat menyaksikan pada media sosial YouTube, pengguna dapat menyaksikan program acara dimana saja dan kapan saja tanpa berfokus pada jam tayang serta video bisa diputar kembali, sehingga pengguna tidak perlu khawatir ketinggalan video atau program acara yang diinginkan.
3. Pilihan program acara pada YouTube tentu sangat tersedia miliaran pilihan channel yang dapat ditonton, pengguna dapat menonton sesuai dengan topik yang diinginkan mulai dari berita, film, acara TV, hiburan, olahraga, politik dan masih banyak lagi.
4. Video bisa ditunda serta diulang, video pada YouTube bisa diulang beberapa kali, jika pengguna tertinggal beberapa siaran video sepanjang beberapa menit ataupun pada saat kurang jelas ketika menonton video.
5. YouTube memiliki fitur yang berbeda dengan Televisi, terdapat beberapa fitur yang menarik untuk dinikmati oleh pengguna YouTube (Intera, 2021).

Saat ini YouTube juga bisa menjadi sumber pendapatan. Hal ini merupakan media sosial YouTube tidak hanya menjadi media informasi serta hiburan saja akan tetapi YouTube juga dapat dijadikan sebagai lading pekerjaan. Melalui YouTube, pengguna bisa mendapatkan banyak

keuntungan dengan bermodal video atau konten yang kreatif dan dapat dinikmati oleh penonton banyak. Selain pengguna YouTube mendapat keuntungan dan kemudahan dalam memilih program. Penonton dapat mengakses YouTube dimana saja karena sudah terinstal secara default pada smartphone dan bisa diputar kembali. YouTube memiliki banyak tayangan iklan dan hanya ditonton beberapa detik saja dan bisa dilewati (Hilmi, 2021). YouTube tidak hanya dikategorikan berdasarkan konten sehari-hari yang memberikan hiburan, tetapi juga memberikan informasi umum seperti tempat-tempat baru atau informasi pribadi yang ditampilkan dalam bentuk video yang meliputi aktivitas sehari-hari, opini tentang sesuatu dan perasaan terhadap sesuatu. Melalui penggunaan kolom komentar, terjadi proses komunikasi antara individu dengan audiens yang termasuk di dalamnya. Website berbagi video YouTube tidak hanya dapat dimanfaatkan untuk komunikasi antar manusia namun juga sebagai media komunikasi yang luas. Proses dimana media menghasilkan dan menyebarkan pesan kepada sejumlah besar orang disebut sebagai komunikasi massa. Tanggung jawab untuk menyebarkan pesan-pesan yang akan mempengaruhi dan mencerminkan budaya suatu komunitas akan ditanggung oleh organisasi-organisasi media ini, dan mereka kemudian akan memberikan informasi secara bersamaan kepada khalayak luas yang terdiri dari beragam orang. Oleh karena itu, media menjadikan YouTube sebagai salah satu alat institusi terkuat di masyarakat (Haryadie & AR, 2022).

1. Fitur-fitur YouTube

Semakin berkembangnya YouTube, semakin banyak pula fitur yang disediakan dan memudahkan pengguna untuk mencari informasi seperti menyediakan fitur pencarian berdasarkan kebutuhan pengguna, selain itu juga YouTube menyediakan fitur video siaran langsung dimana pemilik akun bisa berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung melalui fitur chat dengan penontonnya, mulai dari informasi berita,

podcast, pendidikan, musik, olahraga, tutorial dan masih banyak lagi (Reynata, 2022).

Dengan kehadiran fitur yang mudah dan lengkap untuk diakses pengguna dan pengunjung, semakin bertambahnya pengguna aktif YouTube. Adapun beberapa fitur yang disediakan oleh YouTube diantaranya yaitu:

a. Mencari Video

Fakta bahwa situs web ini menampilkan berbagai macam video yang telah dikirimkan oleh orang-orang dari seluruh dunia yang menunjukkan bahwa YouTube banyak berbagai macam konten video yang menghibur dan beragam. Pengguna dapat dengan mudah mencari video yang diinginkan dengan mengetikkan kata kunci atau frasa tertentu di kotak pencarian. YouTube memudahkan pengguna untuk menemukan dan menikmati video sesuai minat mereka menciptakan pengalaman menonton yang kaya dan bermanfaat.

b. Memutar Video

Pengguna dapat segera mulai memutar video tersebut setelah pengguna menemukan video yang mereka cari dan cukup mengkliknya. Proses ini sangat sederhana dan cepat bagi pengguna untuk segera menikmati konten yang mereka pilih. Namun, perlu diingat bahwa koneksi internet yang stabil sangatlah penting untuk memastikan pengalaman menonton yang lancar tanpa gangguan.

c. Mengunggah (*upload*) Video

Seseorang yang telah membuat akun di YouTube dan telah mendaftar akun, memiliki kemampuan untuk mengunggah video ke akun mereka sendiri. Akan tetapi, semakin besar ukuran videonya. Maka semakin lama pula waktu yang dibutuhkan untuk

proses pengunggahannya, dengan catatan bahwa akun tersebut telah terdaftar.

d. Mengunduh (*mendownload*) Video

Mengunduh video dari YouTube sepenuhnya gratis bagi pengguna yang ingin mengunduhnya. Salah satu strategi yang bisa digunakan adalah dengan menyalin alamat URL dari video tersebut lalu menempelkannya ke website seperti www.savefrom.net. Hal ini hanyalah salah satu dari banyak pendekatan yang dapat dimanfaatkan. Pengguna memiliki akses ke berbagai metode tambahan untuk mengunduh video, dan informasi tambahan dapat ditemukan dengan melakukan pencarian di Google.

e. Berlangganan (*subscribe*)

Pengguna bisa langsung berlangganan video terbaru dari akun yang diikutinya hanya dengan menekan tombol "subscribe" yang merupakan fungsi yang saat ini tersedia secara gratis. Setelah berlangganan, pengguna akan menerima pemberitahuan otomatis tentang video baru yang diunggah langsung ke kotak email. Dengan demikian, pengguna tidak akan ketinggalan konten terbaru dari channel favorit mereka. Tujuan dari fitur ini adalah untuk mempermudah proses pengelolaan dan menikmati konten yang berasal dari berbagai sumber, serta menjamin pengguna selalu mendapatkan update terkini secara *real time*.

f. Live Streaming

Fitur live streaming yang disediakan melalui internet cukup membantu bagi orang-orang yang sudah memiliki akun YouTube maupun pemilik atau pembuat konten. Setiap orang dapat melakukan live streaming pada saat itu juga, asalkan terhubung dengan internet atau memiliki kuota yang cukup (Akbar, 2018). Pada fitur ini, biasanya digunakan untuk acara-acara atau peristiwa

yang terjadi secara real-time dan didalamnya berinteraksi secara langsung dengan penonton. Prosedur penyiaran video live streaming dapat dilakukan tanpa hambatan dan dapat menghasilkan gambar dan suara yang berkualitas, live streaming dapat berasal langsung dari kamera atau dari file video yang direkam sebelumnya (Ulinuha et al., 2019).

2. Karakteristik YouTube

YouTube memiliki ciri khas sejumlah fitur yang membuat pengguna merasa nyaman saat menggunakan platform tersebut.

- a. Dalam hal memposting video, YouTube tidak memberikan batasan berapa lama video dapat diposting. Salah satu yang membedakan YouTube dengan sejumlah platform media sosial lain yang memiliki batasan durasi minimal adalah tidak adanya batasan waktu.
- b. YouTube dilengkapi dengan sistem keamanan yang akurat. Untuk memastikan keamanan penggunanya, kebijakan YouTube melarang pengunggahan video yang mengandung unsur sara atau melanggar hukum dan mengharuskan pengguna menjawab pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah.
- c. Mereka yang mengunggah video ke YouTube berpeluang mendapatkan uang dari videonya. Honor akan diberikan kepada pembuat konten tersebut sebagai bentuk apresiasi apabila videonya berhasil meraih minimal seribu penonton. Hal ini dirancang untuk mendorong lebih banyak pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam komunitas YouTube dengan menciptakan konten yang menarik.
- d. Sistem *offline*, Sistem ini memudahkan pengguna menonton video tanpa koneksi internet, namun, untuk melakukannya, video tersebut harus diunduh terlebih dahulu.

- e. Tersedia editor sederhana. Pengguna diberikan kesempatan untuk mengedit videonya di menu awal yang muncul saat mengupload video. Alat pengeditan ini memungkinkan pengguna melakukan tugas seperti pemotongan video, pemfilteran warna, dan penambahan efek transisi (Dhella Restyka, 2021).

3. Manfaat YouTube

Memanfaatkan YouTube secara lebih langsung dapat diaplikasikan untuk berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna. Berikut ini beberapa manfaat YouTube dari berbagai kebutuhan pengguna:

- a. Memberikan layanan gratis

Secara umum, YouTube menawarkan layanan gratis yang memungkinkan pengguna menonton video dan mengakses video yang diposting di platformnya. Artinya, pengguna tidak perlu membayar biaya berlangganan atau memiliki akun premium untuk menonton video yang tersedia. Pengguna hanya perlu membeli pulsa. Selain itu, pengguna dapat mengakses untuk menonton video yang mereka minta dengan memanfaatkan batas internet yang dimiliki. Selain itu, tidak ada biaya tambahan bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam akses video. Syarat dan ketentuan ini sebanding dengan layanan yang memungkinkan pengguna memposting atau mempublikasikan video, dengan tujuan membuat video tersebut tersedia bagi pengguna lain tanpa pembayaran.

- b. Men-*dwonload* beberapa video tertentu

Pengguna memiliki kemampuan untuk mengunduh video tertentu dari YouTube. Jika pengguna ingin menonton video berkali-kali, yang perlu dilakukan hanyalah mengunduhnya. Peralnya, sebagian besar video yang diunduh berdefinisi tinggi atau dikenal dengan HD atau *High Definition*. Setelah video diunduh, video tersebut dapat disimpan di perangkat yang dapat

diakses di komputer atau ponsel, dan dapat dilihat kapan pun diinginkan tanpa dikenakan biaya apa pun menggunakan biaya internet.

c. Mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis

Banyak orang yang menggunakan YouTube melakukannya untuk mempelajari cara melakukan kegiatan tertentu, seperti memasak, cara memanfaatkan aplikasi di komputer, cara praktis melakukan berbagai tugas yang sebelumnya sulit atau tidak efektif, mengasah berbagai kemampuan, dan seterusnya.

d. Mengakses video streaming

YouTube juga memberi pengguna kemampuan untuk mengakses video streaming, terlepas dari apakah konten tersebut ditayangkan langsung atau tidak. Banyak sekali tayangan yang saat ini ditayangkan di televisi lokal, nasional, bahkan internasional dapat kita lihat dengan menggunakan YouTube. Siaran ini dapat disaksikan terlepas dari apakah siaran tersebut sedang disiarkan atau sudah disiarkan.

e. Mengenalkan dan memasarkan produk

Sebagian besar orang yang menggunakan YouTube juga memanfaatkannya untuk meningkatkan dan memajukan bisnis yang mereka jalankan secara aktif. Pemasaran produk di internet dianalogikan seperti membangun toko baru yang pada akhirnya akan menarik lebih banyak klien dan konsumen.

f. Mengakses video interaktif

Informasi yang ditulis dengan bantuan YouTube sering ditemukan di bagian bawah lapisan televisi dalam program-program yang kini disiarkan di televisi. Faktanya bahwa YouTube dijadikan referensi oleh tim kreatif pada acara ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan YouTube untuk menyusun konten acara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa banyak informasi dapat

diakses hanya dengan masuk ke YouTube mulai dari video tentang berita terkini, video tentang peristiwa lama atau sejarah, video tentang dokumenter, video tentang tematik dan sebagainya.

g. Mendukung industri hiburan

YouTube memberi penggunanya kemampuan untuk mengakses video yang mereka inginkan, termasuk klip musik dari penyanyi atau band pilihan mereka, film dari aktor, aktris, atau sutradara pilihan mereka dan acara populer lainnya. Mayoritas video tersebut masuk dalam kategori hiburan, dan beberapa di antaranya bahkan merupakan tayangan ulang acara yang mungkin terlewatkan. Oleh karena itu, YouTube memainkan peran penting dalam memberikan dorongan dan mendorong perkembangan industri hiburan dan para pelaku bisnis hiburan pun memanfaatkan platform ini untuk memasarkan siarannya di YouTube.

h. Meningkatkan kekuatan brand institusi

Selain sering dikunjungi oleh para pebisnis yang tertarik untuk memasarkan produknya, para pelajar yang mencari video-video ilmiah yang berkaitan dengan pelajaran di sekolah, dan pengguna lain yang ingin mengetahui lebih jauh tentang hobi atau gaya hidupnya. YouTube juga dimanfaatkan sebagai media branding oleh organisasi atau lembaga, yang terkait dengan proses peningkatan profil organisasi dan perluasan guna mendapatkan prospek kerjasama. Masyarakat umum dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu organisasi jika tindakan-tindakan biasa yang terjadi di dalam lembaga tersebut didokumentasikan.

i. Mengetahui respon dan komentar khalayak

Fitur di YouTube yang memungkinkan pengguna menyukai dan mengomentari video, sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan berbagi video untuk mengetahui tanggapan dan komentar penonton mengenai kualitas dan konten video. Dalam hal

ini bisa dijadikan evaluasi untuk produk video yang akan dibuat selanjutnya

j. Memfasilitasi pengguna menguasai skill dasar membuat video

YouTube memberi penggunanya kemampuan untuk meningkatkan kualitas video mereka dengan cara otodidak. Dengan menggunakan opsi editor di YouTube, orang dapat menyaksikannya sendiri. Layanan ini sangat cocok untuk pengguna, meskipun fungsi yang disediakan lebih mudah dan terbatas dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh software editing video lainnya. Setidaknya mereka mampu memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk menggabungkan, memutar, dan memangkas video, serta membuat gerakan lambat dan menemukan lokasi musik yang tidak dilindungi hak cipta (Faiqoh, dkk, 2016).

BAB III

PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE

SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI

PONDOK KEBON JAMBU AL-ISLAMY

A. Profil Pondok Kebon jambu Al-Islamy

1. Sejarah Pondok Kebon Jambu Al-Islamy



Gambar 1. Logo Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Pondok Kebon Jambu Al-Islamy merupakan salah satu Pondok yang ada di desa Babakan kecamatan Ciwaringin kabupaten Cirebon. Dalam sejarahnya, Babakan juga disebut sebagai tahap awal perkembangan pendidikan Islam di wilayah Cirebon pada abad XVI dengan tokoh pejuang pertamanya Kyai Jatira. Babakan sudah dikenal dengan kampung yang dipenuhi dengan puluhan pesantren di dalamnya, banyak orang yang menganggap bahwa kata Babakan merupakan istilah dari babak pertama seorang santri untuk mencari ilmu di Pondok Pesantren. Pondok Kebon Jambu merupakan salah satu pondok tertua di Babakan yang didirikan pada tanggal 20 November 1993 oleh K.H. Muhammad (Alm) yang biasa disapa Akang, dan Nyai Hj. Masriah Amva yang dibawah naungan Yayasan Tunas Pertiwi.

Nama “Kebon Jambu” berasal dari sejarah geografis lokasinya, yaitu dahulunya pondok ini merupakan sebuah kebun yang ditumbuhi banyak pohon jambu biji. Sedangkan tambahan kata Al-Islamy berawal dari kiriman berupa sumbangan buku dan kitab pendirian perpustakaan dari suatu instansi pemerintah di Jakarta, namun pihak pengirim mendatangi

Balai desa untuk menanyakan hal tersebut, namun tetap saja tidak menemukan jawabannya karena memang pondok Al-Islamy di Babakan tidak ada, akan tetapi pihak desa menanyakan pengasuh dari nama Pondok tersebut lalu pihak pengirim menyebutkan nama K.H. Muhammad, mendengar nama pengasuh tersebut jelas bahwa alamat yang dituju adalah Pondok Kebon jambu, dari situlah Pondok Kebon Jambu beri tambahan dengan kata Al-Islamy.

Sebelum mendirikan Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, akang sudah memiliki Pondok Pesantren salaf yaitu Pondok Kebon Melati sejak tahun 1979. Setelah kurang lebih dua puluh lima tahun, Akang mengambil keputusan untuk membangun Pondok Kebon Jambu Al-Islamy pada tahun 1993. Ia melakukannya dengan memberikan pengajaran Kitab Kuning kepada para santri menggunakan cara pengajaran Bandungan dan Sorogan. Selain pendekatan tersebut, ada juga metode madrasah yang dikenal dengan Madrasah Tahsinul Akhlak Salafiyah (MTAS). Sistem ini didirikan pada tahun 1987 dan sudah digunakan di Pondok Kebon Melati pada saat didirikan. Pada masa Akang bertanggung jawab atas pendidikan murid-muridnya di Pondok Melati, paradigma pembelajaran ini cukup lama digunakan. Dengan memanfaatkan strategi pembelajaran yang dinamis dan disiplin tinggi, berpotensi menjadi model pembelajaran yang banyak mendapat perhatian.

Diterimanya model pendidikan Islam tradisional di Babakan yang sebelumnya melahirkan Madrasah Salafiyah Syafi'iyah (MSS) menjadi faktor penting yang berperan besar dalam ketertarikan Akang terhadap Madrasah model ini. Meski demikian, penerapan sistem madrasah ini oleh Madrasah al-Hikamus Salafiyah (MHS), tempat di mana Akang sendiri pernah menjadi santri pada tahun 1960-an, berperan penting dalam penerapan sistem madrasah ini. Selain itu, tanggung jawab pesantren untuk memberikan pendampingan kepada santri-santri yang tidak bersekolah formal menjadi faktor yang turut mendorong

permintaan model pembelajaran MTAS. Kurikulum pendidikan formal tidak akan memberikan dampak apapun terhadap sistem Madrasah yang diterapkan. Pembelajaran sistem madrasah mula-mula dilakukan di serambi pondok, dan pembelajaran selebihnya dilakukan di masjid. Ilmu keislaman itu bermacam-macam jenisnya antara lain ilmu nahwu, shorof, tajwid, ilmu tafsir, hadis, ilmu hadis, ilmu fiqh, ushul fiqh, falak, faraidh, dan masih banyak lagi yang semua ini berasal dari kitab kuning.

RS Pertamina Cirebon menjadi lokasi meninggalnya pendiri pesantren ini pada tanggal 1 November 2006, bertepatan dengan 9 Syawal 1437 H. Setelah kepergiannya, istrinya, Nyai Hj. Masriyah Amva, mengambil alih sebagai ketua kepemimpinan berikutnya. Setelah itu dibentuklah Dewan Pengurus yang dipimpin oleh K.H. Asror Muhammad yang berdampak pada terbentuknya sistem organisasi yang lebih efektif. Dewan pengasuh yang dipimpin oleh K.H. Asror Muhammad, beliau merupakan putra kedua dan beranggotakan K.H. Syafi'i Atsmari yang merupakan menantu, K.H. Syamsul Ma'arif yang juga menantu, K.H. Shodikin Ali, dan Ustad Muhyidin yang merupakan santri senior. Selain itu juga dibentuk Majelis Pengawas Pondok Pesantren (MPP) yang beranggotakan para alumni santri yang tinggal di sekitar pesantren yang bertugas membantu pemberian bimbingan dan arahan bagi pengembangan pendidikan Islam di pesantren. Sesuai dengan kurikulum pendidikan nasional, program pendidikan yang ditawarkan di pesantren ini telah disesuaikan. Hal ini dilakukan guna menindaklanjuti kebutuhan santri untuk pendidikannya nanti. Selain itu, pesantren ini memberikan kesempatan kepada santrinya untuk melanjutkan pendidikan sarjana di sejumlah perguruan tinggi yang berlokasi di wilayah Cirebon. Namun, saat ini Pondok Kebon Jambu Al-Islamy menyediakan pendidikan tingkat sarjana yaitu Ma'had Aly Kebon Jambu.

2. Visi dan Misi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

a. Visi

Melahirkan generasi yang berakhlak mulia berkarakter pesantren, berprestasi, menguasai kitab kuning, mandiri dan *rahmatan lil alamin*.

b. Misi

1. Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan.
2. Berkarakter pesantren menumbuhkan kebanggaan karakter pesantren.
3. Berprestasi melaksanakan pembelajaran yang kompetitif, kreatif, dan inovatif.
4. Menguasai kitab kuning menerapkan kurikulum pembelajaran yang efisien berbasis NU.
5. Membentuk kepribadian yang kuat teguh dan terampil.
6. Menghormati dan memelihara kebhinekaan dan lingkungan.

B. Tim Media Jambu

1. Sejarah dan Perkembangan Tim Media Jambu



Gambar 2. Logo Tim Media Jambu

Tim Media jambu aktif di media sosial sejak tahun 2013 tepatnya pada tanggal 29 Maret yang diawali dengan mengelola channel YouTube, pada saat itu di kalangan Nahdlatul Ulama sudah mulai meleak media oleh karena itu media sosial pertama yang dikelola Tim Media Jambu adalah media sosial YouTube yang dipimpin oleh ustadz Firman beliau merupakan orang pertama kali yang menjadi ketua Tim Media Jambu yang bermula dari inisiatif dirinya sendiri yang hanya

sebatas mendokumentasi apa yang ada di dalam Pondok Pesantren seperti kegiatan santri dan menjadi media dakwahnya Kyai dan Nyai di Pondok Pesantren dengan menggunakan alat seadanya yaitu handphone milik pribadi dan handycam karena pada saat itu juga belum diresmikan atau belum dibentuknya Tim Media Jambu dan belum memiliki anggota untuk membantu dalam mengelola channel YouTube Pondok.

Pada tahun 2016-2017 akhirnya telah diresmikan dan dibentuknya Tim Media Jambu dengan dukungan dari para dewan pengasuh, namun setelah dibentuknya Tim Media Jambu dalam keanggotaannya masih belum terstruktur dan masih sangat kurang dalam mengelola sumber daya manusia yang ada. Pembentukan Tim Media pertama kali dipimpin oleh ustadz Kurniawan dengan dua orang anggotanya yang mengelola dan mereka dituntut untuk memiliki multitasking demi berjalannya dalam mengelola media sosial. Pada tahun 2017-2021 masih beranggota tiga orang dengan setiap tahunnya dipimpin oleh pemimpin yang berbeda, pada tahun 2021 dipimpin oleh ustadz Ifan dan bertambahnya anggota satu orang yang merupakan hasil dari penunjukan oleh salah satu anggota untuk masuk dalam Tim Media Jambu dengan alasan memiliki kemampuan dan pengalaman yang cukup dalam bidangnya. Setelah bertambahnya anggota, pada di akhir periode sering bermasalah karena kurangnya kerjasama antar anggota dan pada tahun itu mulai turun kembali secara struktural dan kinerja anggotanya dengan bertepatan ketua Tim Media di akhir periodenya ustadz Ifan boyong (keluar pondok) dan akhirnya salah satu anggotanya yaitu ustadz Alzena yang mengajukan dirinya untuk menjadi ketua pada tahun 2022, setelah itu hanya tersisa tiga orang anggota yang pada akhirnya dua orang tersebut meminta untuk keluar dari Tim Media Jambu yang akhirnya tersisa 1 orang ketua Tim Media Jambu yaitu ustadz Alzena. Namun tidak berhenti dari situ ustadz Alzena selalu mencari solusi untuk perkembangan media pondok dan masukan dengan pihak luar untuk memperbaiki masalah yang ada dan pada

akhirnya ustadz Alzena membuat sistem *open recruitment* untuk mencari anggota dalam membantu mengelola media sosial Pondok Pesantren.

Sistem organisasi Tim Media Jambu mengikuti perputaran kepengurusan Pondok, oleh karena itu Tim Media Jambu membuat sistem *open recruitment* menjelang perputaran kepengurusan. Kepengurusan di Pondok Kebon jambu dibagi menjadi dua bagian yaitu kepengurusan naik pada tingkat komplek dan kepengurusan naik pada tingkat pusat. Oleh karena itu, Pada sistem *open recruitment* anggota media jambu tahap pertama membuka pendaftaran yang dibagi menjadi dua bagian pendaftaran yaitu pendaftaran untuk kepengurusan naik pada tingkat komplek dan kepengurusan naik pada tingkat pusat, karena pada dasarnya tim media komplek dan pusat berbeda, namun dalam kinerjanya saling berkontribusi. Sistem *open recruitment* bukan hanya untuk santri putra saja, namun memberikan peluang untuk santri putri untuk mengikutinya, hal ini bertujuan agar kedepannya media putri juga memiliki anggota media untuk membantu dalam mengelola media sosial pondok. Dalam menjalankan sistem *open recruitment* ini dibantu dan didukung penuh oleh para senior yang memiliki kemampuan dalam bidang multimedia yaitu ustadz Iqbal, ustadz Hilmi, ustadzah Hilya, ustadzah Nida dan masih banyak lagi. Tahap selanjutnya, melakukan interview kepada para pendaftar dengan pertanyaan tujuan dan alasan ingin masuk media jambu dengan standar bertanggung jawab, profesional, amanah dan paling utama adalah masa mondok di pesantren. Alasan utama tersebut sangat mempengaruhi untuk generasi kedepannya, sedangkan untuk kemampuan dalam bidangnya tidak begitu diperhatikan karena untuk kemampuan anggota dapat dilatih dan diolah melalui pelatihan secara terus menerus sampai setiap anggota memiliki kemampuan pada dunia digital.

Sistem perputaran kepengurusan Pondok Kebon Jambu dilakukan oleh para dewan pengasuh dengan menempatkan pengurus dalam devisi yang dilihat dari perkembangan periode sebelumnya dengan tujuan semua santri maupun pengurus harus memiliki kemampuan di semua bidang. Berbeda dengan devisi multimedia, memilih anggota didalamnya tidak sembarang orang untuk masuk kedalamnya karena harus memiliki kemampuan dan kemauan dalam mengerjakan tugas sebagai seorang media Pondok Pesantren. Oleh karena itu, dengan adanya *open recruitment* ini nama-nama yang masuk dalam penyeleksian tersebut diusulkan kepada pihak dewan pengasuh dengan tujuan agar nama-nama tersebut tidak dimasukkan pada devisi manapun kecuali masuk dalam anggota Media Jambu. Setelah mengadakan *open recruitment* Tim Media Jambu, anggota tim bertambah menjadi enam orang yaitu Alzena, Iqbal, Hilmi, Dzulfikar, Umam dan Romi. Setiap anggota diberikan satu *job description* untuk membantu mengelola media sosial Pondok khususnya pada channel YouTube Pondok, dalam mengembangkan kemampuan anggota, mereka berlatih melalui pelatihan dan belajar secara otodidak serta mengasah skill dari setiap karya yang telah diproduksi (Hasil wawancara, Ustadz Alzena selaku ketua media jambu pada awal perintisan).

2. Visi dan Misi Tim Media Jambu

a. Visi

Menyebarkan informasi seputar Pondok Kebon Jambu Al-Islamy dengan memberdayakan generasi santri dalam menyebarkan syariat Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin*.

b. Misi

1. Mengembangkan konten yang berkualitas.
2. Melaksanakan pelatihan dan pendidikan karakter berbasis digital.
3. Menjalin kolaborasi dengan pihak luar untuk membangun lingkungan yang kreatif dan kompeten.

4. Mendorong kreativitas dan inovasi dalam perkembangan konten.

C. Pengelolaan Channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Dalam proses manajemennya, Tim Media Jambu pernah mengalami kevakuman atau tidak terstruktur dengan baik dalam mengelola channel YouTube, namun saat ini sudah mulai berkembang kembali. Hal ini disampaikan oleh santri senior yang pernah menjabat sebagai ketua media jambu pada tahun 2022 yang menyampaikan alasan Tim Media Jambu belum terstruktur dalam mengelola channel YouTube:

“Tim Media Jambu pertama kali mengelola media sosial itu pada media sosial YouTube di tahun 2013, tapi pada saat ini Tim media Jambu belum diresmikan namun sudah ada channel YouTubanya yang dibuat oleh Ustadz Firman dan hanya dia sendiri yang mengelola YouTube Pondok dengan menggunakan alat seadanya”

Pada tahun 2021-2022, Tim Media Jambu mulai terstruktur dan sudah diresmikan oleh dewan pengasuh dan sejak saat itu Tim Media Jambu menerapkan manajemen di dalamnya. Dalam mencapai tujuan bersama, Tim Media Jambu melakukan proses pengolahannya melalui beberapa tahapan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan memberikan pengaruh serta pengawasan. Berikut ini pengelolaan Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy:

1. Perencanaan (*planning*)

Tim Media Jambu melakukan proses perencanaan dalam mengelola channel YouTube Kebon Jambu Al-Islamy sebagai media informasi adalah dengan langkah awal yang meliputi identifikasi tujuan dalam pengelolaan channel YouTube dan analisa kebutuhan dengan melakukan pertemuan di awal periode atau awal tahun serta melakukan perencanaan saat agenda besar di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Rapat pertemuan awal tahun dihadiri oleh ketua media jambu dan seluruh anggotanya. Dalam rapat pertemuan tersebut menentukan beberapa program yang akan dilaksanakan untuk satu tahun kedepan dan melanjutkan konten

yang sudah ada sebelumnya hal ini disampaikan oleh ustadz Dzulfkar sebagai ketua Tim Media Jambu:

“Media sosial yang dikelola Tim Media Jambu mempunyai tujuan untuk menyebarkan informasi seputar Pondok Kebon Jambu Al-Islamy dengan memberdayakan generasi santri dalam menyebarkan syariat Islam sebagai agama rahmatan lil’alamin”

Kegiatan santri dalam memperingati hari besar Islam seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Hari Santri Nasional, Ramadhan, dan Idhul Adha merupakan salah satu kegiatan yang akan dimasukkan dalam program yang akan dilaksanakan pada tahun berikutnya. Program ini akan ditentukan oleh program yang diputuskan dalam rapat yang berlangsung pada awal tahun. Selain itu, dalam menentukan program yang akan dilakukan selama satu tahun yaitu menentukan program yang akan disiarkan secara langsung pada kegiatan santri yang merupakan agenda rutin setiap tahunnya seperti acara besar Haflah Akhirussanah Kebon jambu Al-Islamy, Wisuda Ma’had Aly Kebon Jambu, pengajian kitab saat bulan Ramadhan dan musabaqoh. Program-program tersebut akan dibahas kembali dan melaksanakan perencanaan setiap akan dilaksanakannya produksi saat agenda besar di Pondok. Sebagaimana yang disampaikan ustadz Dzulfkar sebagai Ketua Tim Media Jambu yang mengatakan program konten yang ada pada channel YouTube:

“Channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy mengacu pada konten yang mengikuti acara pondok seperti hari besar Islam yang di pondok mengadakan acara tersebut contohnya maulid nabi muhammad saw, hari santri nasional, Ramadhan, idhul adha. Kontennya bersifat konten before dan after movie kegiatan santri yang diambil dari acara yang ada di pondok. Selain itu juga kita membuat program khususnya di channel YouTube mengikuti acara-acara besar yang sudah menjadi agenda tahunan seperti musabaqoh, Haflah Akhirussanah, wisuda Ma’had Aly. Acara-acara besar itu kita melakukan live streaming setiap tahunnya dan ada juga konten-konten dakwah yang dilakukan oleh Kyai, Nyai dan santri. Konten nya kultum Ramadhan, kajian kitab kuning dan ada juga konten hiburan seperti dagelan santri”

Selain membuat konten yang mengikuti kegiatan Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, Tim Media Jambu mengadakan program live streaming dalam rangkaian acara Haflah Akhirussanah Kebon Jambu Al-Islamy dan Wisuda Ma'had Aly Kebon Jambu yang diadakan setiap satu tahun satu kali. Beberapa produk konten yang ada di channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy adalah konten before dan after movie pada agenda di Pondok, Kultum Ramadhan yang khusus diproduksi selama bulan Ramadhan yang memuat beberapa konten dakwah yang dibawakan oleh Kyai, Nyai ustadz, dan santri, serta dagelan santri merupakan konten hiburan santri yang dikemas dalam bentuk film pendek.

Dalam mencapai tujuan pada tahap perencanaan, khususnya pada proses live streaming, Tim Media Jambu mengeluarkan banyak dana untuk memenuhi kebutuhan produksi dan kebutuhan lainnya. Pondok Kebon Jambu Al-Islamy bertanggung jawab untuk menyediakan dana atau anggaran guna memenuhi kebutuhan Tim Media Jambu. Namun anggaran yang diperoleh belum mencakup seluruh biaya produksi dan kebutuhan peralatan. Oleh karena itu, Tim Media Jambu mencari pendanaan dari sumber lain yaitu membuka jasa fotografi dan videografi di luar pondok pesantren. Hasil dari usaha tersebut menjadikan Tim Media Jambu sebagai salah satu sumber pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan produksi. Hal ini juga disampaikan oleh ustadz Dzukfekar sebagai ketua Tim Media Jambu yang mengatakan pernyataan tersebut:

“Pada saat live streaming kita masih menyewa peralatan dari luar, dan itu membutuhkan biaya yang sangat banyak karena live streaming dilakukan bukan satu atau dua hari namun sampai tiga hari melakukan live streaming di acara haflah akhirussanah”

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Proses pengorganisasian yang dilakukan Tim Media Jambu adalah menerapkan sistem rotasi kepengurusan, khususnya setahun sekali pada

awal pelajaran baru di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, maka proses pengorganisasian yang dilakukan oleh tim media Jambu adalah dengan membuat sebuah sistem pergantian ketua media setiap tahunnya. Secara garis besar, anggota inti Tim media jambu (media pusat) terdiri dari lima orang, namun dalam proses kinerja anggota media pusat dibantu oleh media komplek yaitu tiga orang dan enam orang putri untuk membantu dalam mengelola media sosial Pondok khususnya pada YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Begitu juga dengan proses kinerja yang dilakukan oleh media komplek dan media putri, mereka selalu diawasi karena masih dalam tahap bimbingan dari pihak anggota media pusat. Hal ini bertujuan karena media komplek agar kedepannya menjadi generasi penerus untuk menjadi media pusat. Hal ini juga disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu :

“Media Jambu secara garis besar struktur organisasinya hanya terdiri dari lima orang, namun kita selalu melibatkan media-media komplek yaitu ada komplek Arafah, Makkah dan Jironah tiga komplek ini pasti kita libatkan untuk membantu dalam proses kerja Tim Media Jambu. tujuannya untuk bisa menjadi penerus atau generasi selanjutnya untuk masuk Tim Media pusat, begitu juga dengan media putri, mereka juga masih dilibatkan dalam proses kerja kita”

Berikut ini struktur organisasi Tim Media Jambu:

NAMA	JOB DESCRIPTION
Muhammad Dzulfikar	Ketua dan admin Media Sosial
Muhammad Farrih Muzakki Ahmad	Fotografer
Andi Jumadi	Videografer
Muhammad Fadil	Desainer
Muhammad Hilmi Annaufal	Web developer

Tabel 1. Struktur Organisasi Tim Media Jambu

Devisi Multimedia Pondok Kebon Jambu Al-Islamy merupakan struktur organisasi umum Tim Jambu Media. Divisi ini bertugas menangani platform media sosial Pondok, mulai dari YouTube, Instagram, Facebook, dan diakhiri dengan Tiktok. Oleh karena itu, secara keseluruhan anggota media saling bekerja sama dalam mengelola media sosial Pondok, bukan hanya pada pengelolaan di channel YouTube saja. Namun, khusus pada pengelolaan channel YouTube, Tim media Jambu dibantu oleh media komplek dan media putri, hal ini dikarenakan dalam pelaksanaan live streaming membutuhkan sumber daya manusia yang lebih banyak. Berikut ini media komplek dan media putri yang membantu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy:

MEDIA KOMPLEK	MEDIA PUTRI
Zaenal Arif	Siti Sa'adah
Wildan Rifai	Tsuroya Salsabila
Adzin Adzinul Haq	Nila Lutfiatul Qolbi
	Ismi Rezki Amalia
	Siti Nurhasanah
	Irkhaniah Arifin

Tabel 2. Daftar Media Komplek dan Media Putri

3. Pengarahan dan memberikan pengaruh (directing/influencing)

Dalam proses pengarah dan memberikan pengaruh yang dilakukan oleh Tim Jambu Media yaitu melalui ketua Tim Media jambu kepada anggota sebagai tim pengelola media sosial Pondok Pesantren melalui tahapan motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Hal ini akan diuraikan sebagai berikut:

a. Motivasi

Proses pemberian motivasi yang dilakukan ketua media jambu yaitu melalui pemberian motivasi dari penasehat dan pembina yaitu Gus Nafis dan Yuyu Selly selaku dewan pengasuh Pondok Kebon jambu Al-Islamy kepada ketua media. Selain itu ketua media juga memberikan motivasi atau dorongan kepada semua anggota media untuk terus bersemangat dalam menjalani tugasnya sebagai media pondok dan dorongan untuk terus bertumbuh bersama dan saling membantu dalam setiap pekerjaannya. Hal ini juga disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu:

“Saya memberikan sedikit pemantik dan refleksi mengenai konsep tentang bertumbuh bersama saling membantu satu sama lain dan terkadang saya meminta kepada pihak yang disegani untuk memberikan arahan kepada yuyu Selly dan Gus Nafis”

Pemberian motivasi kepada anggota media, dilakukan saat rapat pertemuan dan melalui konten-konten yang telah dibuat dan akan diberikan dorongan atau pelajaran setiap kesalahan dalam menjalani tugasnya. Hal ini akan menjadi sebuah pelajaran untuk mendorong kreativitas anggota media. Proses pemberian motivasi juga sudah diterapkan sejak kepemimpinan ketua media pada tahun 2021 yaitu ustadz Alzena yang merupakan awal kepemimpinan media jambu mulai berkembang dan sampai saat ini masih selalu berkontribusi dan membantu dalam pembuatan konten serta pada saat berlangsungnya live streaming di acara tahunan Pondok Kebon jambu Al-Islamy.

b. Komunikasi

Proses terjalannya komunikasi dari ketua media jambu kepada semua anggota media merupakan komunikasi dua arah melalui rapat di awal tahun dan setiap bulannya pada minggu ke dua. Pada proses komunikasi yang dilakukan setiap satu bulan satu

kali, didalamnya membahas kendala-kendala dan pencapaian dalam satu bulan. Hal ini disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu yang mengatakan hal tersebut:

“Kalau komunikasi yang terjalin itu, kita mengadakan agenda rapat ketika tidak ada acara yah, kita melakukan rapat setiap satu bulan sekali di Minggu kedua, kita libatkan semua media dari pusat, komplek dan putri yang membahas kendala, pencapaian dan konten selanjutnya mau membuat apa”

Komunikasi yang diberikan oleh ketua tim media Jambu mempunyai tujuan lain yaitu memberikan arahan kepada anggota tim agar dapat saling berkontribusi dan membangun tim organisasi yang berkolaborasi dan penuh rasa kebersamaan. tanggung jawab dalam menjalankan tanggung jawabnya. Komunikasi yang dilakukan ketua media bukan hanya pada rapat pertemuan saja, namun menjalin komunikasi setiap harinya dan menjalin komunikasi interpersonal dalam setiap anggotanya dalam mengarahkan saat berlangsungnya produksi. Dalam melakukan proses komunikasi ketua media jambu memberikan pesan yang memuat untuk saling membangun bersama. Hal ini juga disampaikan oleh ustadz Dzulfikar sebagai ketua Tim Media Jambu yang menyatakan hal tersebut:

“Kita menjalin komunikasi dua arah, dimana kita lebih mencari solusi Bersama, jika perorangan itu lebih ke interpersonal dalam mengarahkannya”

c. Kepemimpinan

Sebagai seorang ketua media memiliki rasa tanggung jawab dan memberikan pengaruh untuk anggota media jambu dalam menjalani tugasnya sebagai media pondok. Ketua Media Jambu bertanggung jawab dalam menjalankan tugas dan kewajibannya, antara lain memberikan arahan kepada seluruh anggota tim sesuai dengan berbagai peran dan tanggung jawabnya dan diputuskan dalam rapat yang berlangsung pada awal tahun. Arahan ini

melibatkan saran strategis dan operasional, dengan tujuan memastikan bahwa setiap anggota tim memahami dan melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif, serta berkontribusi pada realisasi tujuan kolektif tim. Hal ini juga disampaikan oleh ketua Tim Media yang menyatakan hal tersebut:

“Untuk saya sendiri, saya menjalani tugas sebagaimana pemimpin pada umumnya, memberikan contoh dan memberikan arahan, motivasi dan disamping itu juga saya dibantu oleh mang aji (Alzena) untuk membantu kinerja dan lain-lain”

Selain memberikan arahan, ketua media juga memiliki peran penting dalam memberikan pengaruh positif kepada seluruh tim. Pengaruh ini ditunjukkan melalui contoh pribadi dalam kerja, dedikasi dan komitmen terhadap kualitas dan inovasi.

d. Pelatihan

Proses pelatihan yang dilakukan Tim Media Jambu telah dilaksanakan sejak tahun 2022 yaitu pada awal berkembangnya Tim media jambu. Pelatihan tersebut merupakan kali pertama yang difasilitasi oleh Kemnaker yang bertempat di BLK (Balai Latihan Kerja). BLK adalah tempat pelatihan untuk mendapatkan keterampilan di bidangnya masing-masing. BLK Pondok Kebon Jambu Al-Islamy merupakan BLK yang diperuntukkan bagi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy oleh Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) dalam rangka memfasilitasi pengembangan keterampilan di bidangnya masing-masing melalui pelatihan. BLK Pondok Kebon Jambu dikhususkan untuk tempat pengembangan dalam bidang multimedia. Oleh karena itu, pada awal perkembangan Tim Media Jambu setelah melakukan sistem *open recruitment* kemudian melakukan pelatihan kepada santri-santri yang lolos dengan tujuan untuk mengembangkan skill anggotanya dalam bidang multimedia. Pelatihan ini diadakan selama 24 hari secara intensif baik berupa teori maupun praktik

mulai dari pelatihan kameramen, desain grafis dan editing video. Namun untuk pengembangan dalam kesehariannya dilihat dari perkembangan hasil produk konten yang telah diproduksi dan anggota media melakukan pelatihan secara otodidak. Selain pelatihan yang dilakukan oleh Kemnaker, Tim Media Jambu juga mengadakan pelatihan Desain grafis, videografi, fotografi dan editing video. Hal ini juga disampaikan oleh ketua Tim Media jambu yang mengatakan hal tersebut:

“Tentunya ada, pelatihan terkait kader berhubung sebelumnya masih ada jatah pelatihan dari Kemnaker di BLK, jadi anggota media yang 5 orang ini adalah salah satu hasil dari pelatihan tersebut. Pelatihan itu dilaksanakan selama 24 hari secara intensif dari pagi sampe sore. Kader kader media dilatih baik secara teori maupun praktek. Adapun untuk pengembangan sendiri kita lebih memperbanyak jam tayang saja ketika di lapangan. Pelatihan itu fokus kepada editing video mulai dari fotografi desain grafis dan videografi”

Pelatihan ini dilaksanakan untuk kalangan santri, salah satunya pelatihan yang dilaksanakan pada bulan Ramadhan yang diadakan sebagai bentuk ngaji pasaran media atau ngaji media selama bulan Ramadhan. Pelatihan tersebut sebagai salah satu bentuk pengembangan santri dalam bidang multimedia dan sebagai bentuk pengembangan sumber daya manusia untuk generasi selanjutnya dalam melanjutkan sebagai Tim media jambu. Selain itu juga, Tim Media Jambu menjalin kolaborasi dari pihak luar yaitu dari pihak Lensa Pesantren Babakan. Lensa Pesantren Babakan ini merupakan Tim Media yang didalamnya terdapat beberapa admin pondok se-Babakan. Hal ini disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu yang mengatakan hal tersebut:

“Lensa Pesantren Babakan ini skalanya se-Babakan, kalau Tim Media Jambu kan skalanya Cuma se-pondok, kalau Lensa ini skalanya se-Babakan. kalau adminnya itu perwakilan dari pondok-pondok yang ada di Babakan. Jadi semua admin media

hampir semuanya masuk dalam admin lensa babakan, khusus pondok yang memiliki media”

Dalam menjalani kolaborasi Bersama Lensa Babakan, para admin media pondok ikut serta didalamnya termasuk admin Tim Media Jambu yaitu Ketua Media Jambu ini melakukan pelatihan-pelatihan dalam mengelola Media sosial Pondok agar para admin media pondok dapat lebih maksimal dalam pembuatan konten, seperti pelatihan video editing, live streaming, fotoshop dan masih banyak lagi. Hal serupa juga disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu:

“Kalau pelatihan memang ada, salah satunya bulan Ramadhan selama satu minggu untuk konten kreator besiknya ke video, pelatihan fotografi, desain grafis di Lensa untuk admin”

4. Pengawasan (controlling)

Pada proses pengawasan dalam pengelolaan channel YouTube, dilakukan pengawasan setiap hari dan pada saat menyelesaikan produksi yang menjadikannya bahan evaluasi dalam memperbaiki hal-hal yang masih kurang maksimal dalam proses kinerja anggota tim. Dalam pengawasannya, ketua media jambu mengontrol penuh dalam pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengawasan terhadap konten yang diposting.

Setelah melakukan penyelesaian konten-konten di channel YouTube tentunya tidak lepas dari proses evaluasi. Dalam evaluasi ini Tim Media Jambu meninjau kembali kekurangan apa yang terdapat pada pengelolaan di channel YouTube baik dari konten yang sudah diposting atau pengawasan terhadap kekompakan Tim Media Jambu dalam meningkatkan kinerja sebagai media pondok. Selain itu, Tim Media Jambu juga memperhatikan respon khalayak terhadap konten yang sudah diunggah, meliputi respon khalayak terhadap konten yang disajikan, apakah informasi yang disampaikan tepat pada sasaran dan

konten apa saja yang dapat mengundang respon positif dari khalayak. Hal serupa juga disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu yang mengatakan hal tersebut:

“Untuk pengawasan sendiri kita tentunya media pusat selalu mengawasi media komplek dan putri, setiap konten yang dihasilkan dari mereka itu kita tetap ada yang namanya pengawasan konten. Begitu juga juga dengan anggota saat produksi konten pasti setelahnya harus melakukan pengawasan dari saya dan dibantu oleh mang aji ini dan juga melakukan evaluasi pada saat rapat satu bulan satu kali yang sempat dibahas tadi ya teh, dan ada juga kumpul-kumpul setelah selesainya live streaming kita membahas apa saja yang menjadi evaluasi selama live streaming berlangsung”

Rapat evaluasi rutin diadakan oleh Tim Jambu Media sebulan sekali pada minggu kedua setiap bulan. Rapat evaluasi ini menjadi agenda penting bagi tim untuk mendiskusikan berbagai aspek operasional dan strategis. Dalam rapat tersebut, tim membahas kendala-kendala yang dihadapi selama satu bulan terakhir. Selain dalam rapat tersebut membahas pencapaian-pencapaian yang telah diraih selama satu bulan terakhir. Selama rapat evaluasi, setiap anggota tim menyampaikan laporan hasil kerja mereka. Selain dilakukannya rapat evaluasi setiap satu bulan satu kali ini, tim media jambu melakukan rapat evaluasi setelah menyelesaikan produksi seperti saat live streaming, Tim Media Jambu membahas kendala-kendala apa saja saat live streaming berlangsung. Begitu juga dengan respon penonton yang kurang baik, akan menjadi bahan evaluasi bagi Tim Media Jambu.

BAB IV
ANALISIS PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN SOSIALISASI
PONDOK KEBON JAMBU AL-ISLAMY

A. Analisis Pengelolaan Channel YouTube Sebagai Media Informasi dan Sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Manajemen dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan dengan tujuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu kelompok atau organisasi melalui pendayagunaan sumber daya manusia yang telah tersedia. Organisasi yang disertai tanggung jawab pengelolaan media sosial harus memiliki manajemen yang kuat agar prosedur kinerja dan pengelolaan sumber daya manusianya berjalan lancar. Begitu juga dengan pengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Pengelolaan media sosial, khususnya channel YouTube yang dilakukan oleh Tim Media Jambu sebagai media informasi dan sosialisasi pesantren, tentunya memiliki kendala yang tidak mudah untuk diatasi. Untuk mencapai kesuksesan dan tujuan yang telah ditetapkan, salah satu kendala yang dihadapi seorang manajer atau pemimpin adalah mampu memotivasi seluruh karyawan untuk berkolaborasi dalam tugasnya. Dalam menjalankan tugas sebagai tim pengelola channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi Pondok, Tim Media Jambu melakukannya melalui beberapa tahapan fungsi manajemen.

Berikut ini penulis akan menganalisis dan membahas lebih lanjut terhadap fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh Tim Media Jambu dalam proses pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy:

1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan mencakup sejumlah aktivitas, termasuk menentukan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana mencapainya, dan oleh siapa. Untuk mencapai perencanaan yang efektif, perlu mempertimbangkan periode saat ini di mana rencana tersebut sedang dikembangkan dan keadaan masa depan yang akan mengatur pelaksanaan kegiatan dan rencana yang telah diputuskan (Morissan, 2018). Melalui proses perencanaan, manajemen memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut teori Morissan, ada dua jenis teknik perencanaan yaitu perencanaan strategis dan perencanaan operasional.

Rencana strategis dirancang untuk memenuhi tujuan organisasi yang lebih luas yaitu dengan menerapkan misi yang memberikan alasan bagi keberadaan organisasi. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ustadz Dzulfikar sebagai ketua Tim Media Jambu tentang tujuan keberadaan tim pengelola channel YouTube adalah sebagai media untuk menyebarkan informasi seputar Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Dalam melaksanakan rencana strategis yang dilakukan oleh Tim Media Jambu diawali dengan mengadakan rapat pertemuan awal tahun. Pada rapat pertemuan ini merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena, dalam rapat tersebut Tim Media Jambu merumuskan atau menentukan program apa yang akan dilaksanakan selama satu tahun kedepan dan akan memberikan informasi apa saja yang akan disiarkan kepada khalayak.

Informasi yang disampaikan melalui channel YouTube umumnya hanya menyampaikan informasi yang dikemas dalam bentuk konten yang berisikan program kegiatan santri khususnya pada acara besar yang diadakan di Pondok. Hal ini tentunya Tim media Jambu menentukan agenda besar apa saja yang akan diselenggarakan di Pondok dan memang menjadi agenda tahunan untuk dilaksanakan. Sebagaimana yang disampaikan sebelumnya oleh ketua Tim Media

Jambu bahwa dalam rapat awal tahun ditetapkannya beberapa agenda besar pondok Kebon jambu Al-Islamy dengan mengikuti hari besar islam seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Hari Santri Nasional, Ramadhan dan Idul Adha.



PERLOMBAAN 1 MUHARRAM | Pondok Kebon Jambu Al Islamy

Gambar 1. Salah satu hasil konten pada Hari Besar Islam (Tahun baru Islam) di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Pada Gambar 1 menunjukkan salah satu hasil dari konten yang melalui proses perencanaan yang diawali dengan rapat pertemuan awal tahun. Selain itu, menentukan program live streaming pada agenda besar Pondok Kebon Jambu Al-Islamy seperti Musabaqoh, Haflah akhirussanah dan Wisuda Ma'had Aly. Dalam melakukan live streaming agenda besar yang menjadi agenda tahunan yang dilakukan oleh Tim Media Jambu tentu memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan tugas sebagai tim pengelola channel YouTube sebagai media informasi Pondok Pesantren.



MALAM OPENING TASYAKUR HAFLAH AKHIRUSSANAH & HARLAH KE 31 PON...

Gambar 2. Hasil live streaming Haflah Akhirussanah

Selain rencana strategis, ada juga rencana operasional yang merupakan gambaran lebih rinci tentang bagaimana rencana strategis akan dicapai. Dalam melaksanakan rencana operasionalnya, Tim Media Jambu melakukan perencanaan dengan melaksanakan konten-konten kreatif sesuai dengan perencanaan yang ditentukan pada awal tahun atau awal periode.

Dalam teorinya, Ada dua jenis rencana operasional yaitu rencana tetap dan rencana sekali pakai. Rencana tetap adalah rencana yang ditetapkan untuk suatu tindakan rutin yang dilakukan berulang-ulang secara konsisten. Dalam perencanaan yang sudah dibahas sebelumnya yang membahas program yang telah ditentukan melalui rapat pertemuan pada awal tahun, ada beberapa program live streaming yang merupakan program yang mengikuti agenda besar Pondok dan menjadi agenda rutin setiap tahunnya, hal ini merupakan rencana tetap yang dilakukan oleh Tim Media Jambu dengan melaksanakan sesuai dengan SOP (*standard operating procedure*). Sebuah SOP memberikan panduan yang rinci untuk menjalankan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara rutin. Live streaming pada agenda besar Pondok merupakan salah satu strategi Tim Media Jambu dalam menyiarkan informasi bahwa sedang diadakannya agenda tahunan seperti Haflah Akhirussanah yang sedang berlangsung di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

Istilah "rencana sekali pakai" mengacu pada rencana yang hanya digunakan satu kali dan dikembangkan secara khusus untuk mencapai tujuan tertentu. Setelah tujuan tercapai, rencana tersebut tidak digunakan lagi. Selain dari program live streaming yang telah ditentukan saat perencanaan awal tahun, ada beberapa program yang mengikuti kegiatan santri dalam memperingati hari besar Islam seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Hari Santri Nasional, Ramadhan dan Idul Adha. Pada saat melakukan perencanaan konten dalam agenda-

agenda tersebut Tim Media jambu mencari ide dan konsep video yang berkenaan dengan konten yang akan dibuat, mengambil gambar berupa video kegiatan santri, kemudian video tersebut dikumpulkan dan diserahkan kepada editor. Dalam perencanaan konten ini, merupakan konten yang dilakukan hanya rencana sekali pakai, hal ini karena bentuk konten yang berbeda-beda seperti before dan after movie, konten vlog dan bahkan konten mengandung pesan dakwah seperti konten pada bulan Ramadhan.

Menurut Morissan, dalam mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan pada tahap perencanaan, perencanaan sangat bergantung pada dana yang tersedia. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ketua tim media jambu bahwa Pondok Pesantren bertanggung jawab untuk menyediakan dana atau anggaran untuk Tim Media Jambu. Namun anggaran yang diperoleh belum mencakup seluruh biaya produksi dan kebutuhan peralatan. Oleh karena itu, Tim Jambu Media mencari pendanaan dari sumber luar yaitu dengan membuka jasa fotografi dan videografi di luar Pondok Pesantren. Hasil dari usaha tersebut menjadikan Tim Media Jambu sebagai salah satu sumber pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan produksi tim. Dalam proses produksinya, pasti banyak tantangan yang muncul dalam pembuatan konten atau program yang telah direncanakan. Dengan keterbatasan sumber daya baik peralatan maupun personil, hal ini tentu memerlukan daya cipta dalam proses pembuatan konten. Oleh karena itu, Tim Media Jambu selalu menyewa peralatan dari pihak luar. Hal ini tentunya membutuhkan anggaran yang relatif besar untuk menyewa peralatan yang diperlukan untuk produksi dan live streaming.

Dalam Perencanaan, Tim Media Jambu mengelola channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi sangat penting, karena menentukan tindakan dan informasi yang akan disampaikan dari kegiatan santri di Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Dalam perencanaan

nya, Tim Media jambu sudah melakukannya dengan baik. Namun, dalam perencanaan secara tertulis seperti pembuatan tabel atau jadwal pembuatan konten belum dilaksanakan secara maksimal.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah Tindakan memberi perintah, menugaskan sumber daya manusia, dan mengorganisasikan operasi secara terkoordinasi kepada setiap individu dan kelompok guna melaksanakan suatu rencana tertentu (Hamdi, 2020). Suatu organisasi dikatakan terorganisir secara efektif apabila mampu menjamin seluruh anggotanya bekerja sama secara sinergis dan efisien, yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan organisasi secara keseluruhan. Dalam melakukan pembagian tugas untuk mengelola channel YouTube sebagai media informasi pondok, tentu hal yang sangat penting karena dalam mengelola media sosial pondok khususnya pada channel YouTube yang dimiliki oleh pondok pesantren. Hal ini karena dalam proses kinerjanya tidak cukup dilakukan oleh perorangan saja, namun membutuhkan beberapa sumber daya manusia yang ikut berkontribusi di dalamnya.

Struktur organisasi lembaga penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Namun, disisi lain, lembaga penyiaran kecil biasanya hanya memiliki sedikit staf pengelola dan sering kali terdiri dari hanya beberapa orang saja (Morissan, 2018). Sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya oleh ketua tim media jambu bahwa sistem pengorganisasiannya dengan menerapkan sistem pergantian struktur organisasi setiap tahun dengan ketua media yang berbeda. Hal ini karena Tim Media Jambu mengikuti sistem pergantian pengurus di Pondok yaitu pada awal tahun atau awal ajaran baru. Tim Media Jambu merupakan salah satu divisi multimedia yang bertugas dalam mengelola media sosial pondok sebagai media informasi pondok. Oleh karena itu, dalam proses pengorganisasiannya Tim Media Jambu tentu

saja mengikuti jadwal yang telah ditetapkan oleh Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Struktur organisasi Tim Media Jambu terdiri dari lima orang anggota inti yang masing-masing mempunyai tugas dan tanggung jawab pada divisinya. Tim Media Jambu mengelola media sosial Pondok sebagai media informasi bukan hanya pada channel YouTube saja, namun mengelola pada media sosial lainnya seperti Instagram, Tiktok dan Facebook. Oleh karena itu, Tim media jambu melakukan pembagian organisasi meliputi semua tugas yang dilakukan oleh Tim Media Jambu yaitu mengelola media sosial Pondok, namun pada proses kinerjanya anggota media jambu saling membantu dalam produksi konten di channel YouTube Pondok. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ketua Tim Media Jambu bahwa tujuan dalam melibatkan anggota media kompleks lainnya sebagai pengkaderan yang akan bisa melanjutkan sebagai anggota inti Tim Media Jambu. Dalam pengorganisasian yang dilakukan Tim Media Jambu merupakan hal yang sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh penulis.

3. Pengarah dan memberikan pengaruh (directing/influencing)

Konsep pengarah tidak lepas dari konsep memberi perintah, namun hal ini merupakan perintah resmi dari atasan kepada bawahannya untuk melakukan atau tidak melakukan apapun demi mencapai tujuan organisasi. Pengarah disini merupakan pengarah yang berdasarkan pendelegasian wewenang dari seorang manajer (Gunawan, 2020). Pada proses pengarah dan memberikan pengaruh yang dilakukan oleh Tim Media Jambu, terdapat beberapa tahapan dan metode yang terperinci untuk memberikan dorongan dan semangat kerja yang optimal kepada anggotanya. Proses ini dipimpin oleh ketua media, yang berperan sebagai pemimpin dan motivator utama dalam pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Karena proses pengarah yang efisien ini, setiap anggota tim mampu menjalankan tanggung jawabnya dengan standar setinggi mungkin,

sehingga memungkinkan mereka mewujudkan tujuan dan visi yang telah ditetapkan.

Dalam manajemen, fungsi pengarah dan memberikan pengaruh berfokus pada berbagai upaya yang strategis untuk meningkatkan semangat kerja. Berikut ini penulis akan menganalisis Tim media jambu dalam melakukan proses pengarah dan memberikan pengaruh kepada anggota media:

a. Motivasi

Suatu lembaga penyiaran berhasil mencapai tujuannya, hal itu biasanya berkaitan erat dengan tingkat kepuasan anggota kerjanya. Akibatnya, kemungkinan anggota memberikan kontribusi paling signifikan terhadap pencapaian tujuan lembaga penyiaran meningkat sebanding dengan tingkat kepuasan mereka terhadap keanggotaannya. Pemberian motivasi yang dilakukan Tim Media Jambu merupakan salah satu tugas seorang ketua media. Sebagaimana hasil wawancara yang dikatakan oleh ketua Tim Media Jambu bahwa Proses pemberian motivasi yang dilakukan oleh ketua Media Jambu melibatkan berbagai langkah yang meliputi, Ketua media mendapat dorongan dan bantuan langsung dari para pembimbing dan pembina, khususnya Gus Nafis dan Yuyu Selly yang merupakan dewan pengasuh Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Dukungan mereka menjadi sumber inspirasi bagi ketua media untuk terus memimpin dengan baik dan mencapai tujuan organisasi yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola channel YouTube sebagai media informasi pondok. Selain itu, ketua media jambu memberikan dorongan kepada semua anggota media untuk terus berkembang secara pribadi dan profesional serta saling membantu dan berbagi pengetahuan dalam menyelesaikan tugasnya masing-masing, sehingga terciptanya efisien dalam tim.

Pemberian motivasi kepada anggota media merupakan proses yang melibatkan berbagai strategi yang dirancang untuk menginspirasi, mendorong dan memotivasi. Sebagaimana yang telah disampaikan pada saat wawancara ketua Tim Media Jambu juga menyampaikan beberapa hal terkait pemberian motivasi selain dari pada yang telah disebutkan sebelumnya yaitu dengan memberikan motivasi pada saat rapat pertemuan, dalam rapat tersebut ustadz Dzulfikar sebagai ketua memberikan dorongan dan inspirasi kepada anggota media. Selain itu ketua media memberikan motivasi pada saat memberi kritikan dan saran dalam pembuatan konten yang salah, hal ini dapat dijadikan sebagai kesempatan untuk belajar dan terus berkembang. Penulis menganalisisnya bahwa pemberian motivasi dari ketua media kepada anggota media telah diterapkan dan sesuai dengan teori yang penulis paparkan.

b. Komunikasi

Komunikasi dalam suatu organisasi adalah proses penyampaian sesuatu dimana individu bermaksud memberikan pengertian, pesan, atau informasi yang berlangsung dalam suatu organisasi (Suhardi, 2018). Dalam menjalankan fungsi manajemen secara efektif, komunikasi merupakan faktor yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena komunikasi merupakan salah satu cara agar pemimpin dan anggota organisasi dapat mengetahui tujuan dan rencana organisasi, sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. sebagaimana yang telah disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu bahwa Tim Media Jambu melakukan proses komunikasi antara ketua dan anggota media jambu terjalin melalui rapat di awal tahun dan setiap bulannya pada minggu kedua, namun terkadang diluar waktu yang sudah ditentukan. Komunikasi ini tidak hanya sekedar arahan dari ketua, tetapi juga memungkinkan anggota untuk

memberikan masukan dan berkontribusi. Dalam komunikasi melalui rapat pertemuan awal tahun menjadi salah satu yang paling penting untuk membentuk tim yang saling bekerja sama dalam mengelola channel YouTube untuk menyampaikan informasi seputar Pondok Kebon Jambu Al-Islamy kepada khalayak. Begitu juga mengkomunikasikan informasi yang dibutuhkan anggota dengan benar merupakan hal yang sangat penting bagi seorang ketua atau pemimpin untuk berkomunikasi dengan cara yang jelas dan efektif.

Anggota membutuhkan pemahaman yang jelas tentang apa yang diharapkan mereka. Oleh karena itu, uraian tugas atau tanggung jawab tertentu yang telah disiapkan secara tertulis dapat menjadi pedoman yang luas. dengan demikian, setiap anggota memiliki acuan yang jelas mengenai tugas dan tanggung jawab mereka, serta cara mereka dapat berkontribusi secara efektif terhadap pencapaian tujuan organisasi (Morissan, 2018). Tim Media Jambu dalam komunikasi yang dilakukan oleh ketua media jambu tidak terbatas pada rapat pertemuan saja. Ketua media juga aktif menjalin komunikasi setiap harinya, memastikan hubungan interpersonal yang baik diantara anggota. Saat mengarahkan produksi, ketua berkomunikasi secara langsung dan personal dengan anggota untuk memberikan arahan, mendengarkan masukan dan memastikan setiap langkah produksi berjalan lancar. Komunikasi yang intensif dan interpersonal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, kolaboratif dan produktif.

Penulis menganalisis adanya proses komunikasi yang baik dalam Tim Media Jambu untuk saling berkontribusi dan saling bertanggung jawab antara ketua dan anggotanya. Namun, selama bekerja Tim Media Jambu masih sering terjadi kurangnya

komunikasi sehingga dalam proses komunikasi melalui rapat bulanan masih cenderung pasif antar anggotanya. Hal ini menjadi acuan dan pembelajaran untuk kedepannya agar lebih baik dan maksimal saat terjalannya komunikasi.

c. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh pengelola media penyiaran untuk mengarahkan dan mempengaruhi bawahannya dalam kegiatan yang berkaitan dengan tugasnya. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan bahwa bawahannya bersedia mengarahkan seluruh kemampuannya, baik secara pribadi maupun sebagai anggota tim, guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan oleh media penyiaran (Farida, 2022). Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ustadz Dzulfikar yang mengatakan perannya sebagai ketua Tim Media Jambu, memiliki kewajiban yang signifikan untuk memberikan arahan yang jelas dan tepat kepada anggota media. Untuk menjalankan peran tersebut, perlu dipastikan bahwa setiap anggota menyadari tanggung jawab dan kewajibannya sesuai dengan uraian tugas yang ditetapkan dalam rapat yang berlangsung pada awal tahun.

Dalam menjalani tugas kepemimpinan ketua media jambu menekankan pentingnya kolaborasi dan kerja sama tim. Setiap anggota media jambu memiliki peran penting dan kontribusi unik yang saling melengkapi. Oleh karena itu, ustadz Dzulfikar sebagai ketua media jambu mendorong setiap orang untuk saling mendukung, berbagi ide, dan bekerja sama demi mencapai tujuan bersama. Sebagai ketua media jambu, peran seorang pemimpin tidak terbatas pada memberikan pengaruh dan arahan kepada anggota. Namun, ketua media jambu selalu ikut serta dalam setiap tahap pelaksanaan produksi. Oleh karena itu, peran seorang pemimpin menjadi teladan bagi seluruh anggota media dengan

menunjukkan integritas, dedikasi dan kerja keras dalam setiap aspek pekerjaan. Penulis menganalisis dalam proses kepemimpinan yang dilakukan oleh ketua media jambu sudah berjalan dengan baik dan menjalani tugas sebagai ketua yang memberikan pengaruh dan contoh yang positif untuk anggota media jambu. Hal ini membuktikan bahwa kepemimpinan yang dilakukan oleh ustadz Dzulfikar sesuai dengan teori yang penulis gunakan.

d. Pelatihan

Pelatihan dapat diartikan sebagai proses membantu seseorang untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan langsung agar membantu aktivitas atau pekerjaan tertentu. Dalam manajemen media penyiaran, anggota media penyiaran juga dapat didorong untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan kemampuannya dengan mengikuti kegiatan seperti seminar, workshop, dan kursus, serta dengan mengikuti pertemuan yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran (Morissan, 2018). Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ketua Tim Media Jambu yang mengatakan bahwa pelatihan yang dilakukan oleh Tim Media Jambu telah dilaksanakan sejak tahun 2022 dengan difasilitasi oleh kemnaker dan diberikannya BLK (Balai Latihan Komunitas) kepada Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Selain itu, Tim Media Jambu telah menjalin kolaborasi dengan pihak luar, yaitu dengan Lensa Pesantren Babakan sebagai ajang pelatihan dalam mengelola channel YouTube. Hal ini sebagaimana telah disampaikan oleh Morissan bahwa anggota media ikut serta dalam mengembangkan kemampuannya melalui beberapa pihak luar yang menyelenggarakan pelatihan. Penulis menganalisis proses pelatihan yang telah dilaksanakan oleh Tim Media Jambu sudah berjalan dengan baik, sebagai bentuk pengembangan sumber daya manusia dan pengembangan keterampilan santri dalam bidang

keterampilan digital. Hal ini juga membuktikan bahwa Tim Media Jambu sudah melaksanakan pelatihan, sebagaimana yang dijelaskan pada teori Morissan.

4. Pengawasan (controlling)

Dalam proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, pengawasan memegang peranan penting dalam proses manajemen. Selama suatu program dilaksanakan, proses ini dilakukan sampai pelaksanaan kegiatan selesai. Oleh karena itu, proses pengawasan yang dilakukan oleh Tim Media Jambu mulai dari perencanaan, pengorganisasian sampai pada pengarahan akan terus menjadi proses pengawasan yang dilakukan oleh ketua Tim Media Jambu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program yang dilaksanakan. Begitu juga dengan pengawasan konten yang dilakukan oleh Tim Media Jambu untuk menentukan apakah konten tersebut dapat tersampaikan informasinya atau tidak. Dilihat dari respon dan komentar-komentar yang ada. Sehingga dari proses ini akan mengetahui letak kekurangan dalam konten dan menjadi evaluasi untuk Tim Media Jambu. Hal ini selaras dengan pendapat Morissan bahwa proses untuk menentukan tercapai atau tidaknya tujuan suatu organisasi termasuk dalam kategori pengawasan, Hal ini termasuk menentukan cara-cara dimana kegiatan dapat dilakukan agar sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Untuk menentukan berhasil atau tidaknya proses perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan, maka proses pengawasan sangat membantu.

Menurut Morissan efisiensi dan efektivitas suatu organisasi atau lembaga penyiaran merupakan pengukuran yang digunakan untuk menentukan keberhasilan pengelolaan organisasi atau lembaga tersebut.

a. Efisiensi

Menjadi efisien berarti mampu menyelesaikan sesuatu dengan cara yang benar. Seseorang yang mampu menciptakan keluaran yang lebih tinggi, seperti hasil, produktivitas, dan kinerja, dibandingkan dengan masukan-masukan yang digunakan, seperti tenaga kerja, material, uang, peralatan, dan waktu, hal ini dianggap sebagai manajer atau pemimpin yang efisien. Dengan kata lain, manajer yang efektif mampu meminimalkan biaya penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau memaksimalkan keluaran sekaligus meningkatkan jumlah masukan yang tersedia.

Dalam hal ini Tim Media Jambu bertanggung jawab atas pengelolaan berbagai platform media sosial sebagai media informasi pondok, termasuk YouTube, Facebook, Instagram dan Tiktok. Dalam aktivitas produksinya untuk menyampaikan informasi, channel YouTube menyampaikan informasinya melalui beberapa konten acara besar sebagaimana yang telah dipaparkan dalam perencanaan. Perencanaan yang dilakukan oleh Tim Media Jambu telah dilakukan oleh kemampuan mereka dalam menyusun strategi konten. Meski demikian, masih terdapat kekurangan yang perlu dibenahi dan diperbaiki, khususnya terkait dengan kelanjutan pengembangan konten yang sudah ada. Selain itu, tim media jambu juga menghadapi tantangan dalam hal keterbaruan konten yang berkaitan dengan acara atau kegiatan santri. Beberapa hasil produksi konten seringkali terlambat diposting, menyebabkan informasi yang disampaikan menjadi kurang relevan dan kehilangan momentum.

Hal ini menunjukkan perlu adanya perbaikan konten agar informasi dapat disampaikan secara lebih cepat yang disebabkan Tim Media Jambu belum melaksanakan perencanaannya dengan

matang dan tidak membuat jadwal konten yang tertulis. Hal ini membuktikan bahwa Tim Media Jambu masih kurang efisiensi dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy dalam menyampaikan informasi kegiatan santri Pondok Kebon Jambu Al-Islamy khususnya dalam proses produksi.

b. Efektivitas

Selain efisiensi, dalam mengukur keberhasilan lembaga penyiaran ada juga efektivitas, yang dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi tujuan yang sesuai atau memilih alat yang relevan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan kata lain, seorang manajer yang kompeten mampu memilih tugas yang sesuai untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dalam menjalankan pengawasannya, ketua Tim Media Jambu melakukan kontrol ketat pada tahap penyelesaian konten. Jika hasil konten dianggap kurang maksimal, maka ketua media akan merevisi dan memastikan bahwa kualitas konten memenuhi standar yang diharapkan sebelum dipublikasikan. Selain pengawasan konten, ketua Tim Media Jambu juga melakukan pengawasan terhadap kekompakan tim dalam membentuk tim yang solid. Namun dalam proses pengarahannya, khususnya pada proses komunikasi, Tim Media Jambu masih tergolong pasif setiap rapat berlangsung dan masih kurang terjalinnya komunikasi antar anggota. Hasil dari pengawasan tersebut yang memerlukan perbaikan didalamnya akan menjadi evaluasi untuk Tim Media Jambu dengan dilakukannya rapat pertemuan yang diadakan sebulan sekali pada minggu kedua setiap bulannya, sebagaimana yang dijelaskan pada proses komunikasi Tim Media Jambu. Namun, terkadang rapat evaluasi dilaksanakan diluar waktu yang telah ditentukan. Hal ini membuktikan bahwa Tim Media jambu dalam pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh Tim Jambu Media sudah berjalan dengan baik dan lancar dari segala aktivitas produksi

dan pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Namun, dari sisi kekurangannya yang menentukan keefektifan pengelolaan channel YouTube sebagai media informasi pondok masih kurang efektif, karena masih kurang terjalin komunikasi antar anggota Tim Media Jambu. sehingga hal ini dapat dijadikan evaluasi untuk kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy sebagai media informasi dan sosialisasi, Tim Media Jambu melalui empat tahapan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan memberikan pengaruh serta pengawasan.

Tim Media Jambu melakukan perencanaan strategi dan operasional untuk pengelolaan channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi. Mereka mengadakan rapat awal tahun untuk menentukan tujuan dan program konten, namun dalam perencanaannya belum maksimal karena belum memiliki jadwal konten yang tertulis.

Dalam tahap pengorganisasian, pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, Tim Media jambu telah membagi tugas sesuai job description namun melibatkan media kompleks dan putri untuk produksi. Mereka telah menerapkan pengorganisasian sesuai dengan keahlian masing-masing anggota.

Dalam pengelolaan channel YouTube Kebon Jambu Al-Islamy, Ketua Tim Media Jambu melakukan pengarah dan memberikan pengaruh melalui motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Meskipun ini bertujuan untuk menciptakan organisasi yang harmonis dan bertanggung jawab serta mengembangkan keterampilan anggota, komunikasi antar anggota masih kurang maksimal, sehingga kekompakan tim belum tercapai.

Dalam tahap pengawasan channel YouTube, ketua Tim Media Jambu melakukan kontrol penuh setiap hari hingga produksi selesai. Sehingga hasil dari pengawasan dapat digunakan untuk evaluasi dan perbaikan, dengan keberhasilan konten diukur dari jumlah penonton, like dan komentar yang menunjukkan apakah pesan konten tersampaikan dengan baik atau tidak.

Hal ini menunjukkan bahwa Tim Media Jambu masih kurang maksimal dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy.

Karena masih banyak kekurangan dari minimnya sumber daya manusia dan konseptor dalam mengembangkan konten kreatif serta alat produksi yang masih terbatas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Pengelolaan channel YouTube sebagai media informasi dan sosialisasi Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, maka saran untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti pada proses produksi channel YouTube.

C. Penutup

Dengan karunia Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan skripsinya. Penulis ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti menaruh harapan besar dalam penelitian ini untuk dilanjutkan oleh para peneliti di masa depan. Selain itu, penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan harapannya kepada berbagai pihak agar memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan. Penulis juga ingin menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak dan lembaga yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan harapan agar penelitian ini dapat bermanfaat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Abdussamad Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar. Syakir Media Perss.
- Adeni, Karim A & Koroglu, O. (2021). New Media Abuse and Hoax in Ma'nai Harfi and Ma'nai Ismi Perspective: A Study of Badi'uzzaman Sa'id Nursi Thought. *Tsaqafah. Jurnal Peradaban Islam*. 17(2), 229–252.
- Akbar, A. (2018).. *Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV, 16(02), 1–112*.
- Anggito, A, Setiawan. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi. CV Jejak.
- Dhela, G, R. (2021). Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung). In *Komunika* (Vol. 4, Nomor 1).
- Faiqoh, F, Nadjib, M, Amir A, S. (2016). *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. Jurnal Komunikasi Kareba. vol 5 no 2.
- Farida, S. I. (2022). *Manajemen Dan Kepemimpinan*. Purbalingga. Eureka Media Aksara.
- Gunawan, R. (2020). *Pengaruh Pengarahan dan Pengawasan Terhadap Efektivitas Kerja Pada Dinas Kelautan dan Perikanan*. Provinsi Banten. Gemilang: Jurnal Manajemen dan Strategi Bisnis, 1(1), 34–42.
- Hamdi, H. (2020). *Penerapan Fungsi Manajemen Pada Kantor Kelurahan Rantau Kiwa Kecamatan Tapin Utara Kabupaten Tapin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. 6(2), 155–163.
- Haryadie, Y., & AR, M. N. K. (2022). *Efektifitas Dan Efisiensi Youtube Sebagai Media Publikasi*. Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu, 1(4), 687–694.
- Hilmi, M. (2021). *Youtube as Da'wah Media Innovation in Disruption Era*. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial*. 4(01), 21–31.
- Hutahaenan. W. S. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang. Ahli Media Perss.
- Intera, T. P. (2021). *YouTube Lebih dari Televisi*. CV. Karangayanr. Intera Paperless Publishing
- Jannah. D.E.N. (2018). *Manajemen Pelatihan Di Lembaga “Cristal Indonesia Manajemen.” Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Jawangga. Y.H. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*, Klaten. Cempaka Putih.

- Krisnandi, H., Efendi, S., Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta Selatan. LPU-UNAS
- Kustiawan, W., Balqis, F. D., Wulandari, L., Siregar, R. H. (2022). *Media Sosial Sebagai Media Penyiaran*. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 296–302
- Mahriza, R., Aniah, S., Daulay, H. P., & Dahlan, Z. (2020). *Pesantren Dan Sejarah Perkembangannya Di Indonesia*. *Jurnal Abdi Ilmu*, 13(2), 31–38.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Morissan. (2018). *Manajemen Media Peyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta. Prinada Media.
- Mujahidin, I. (2021). *Peran Pondok Pesantren Sebagai Lembaga Pengembangan Dakwah*, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 1(1), 31–44.
- Murdiyanto Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (teori dan aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta. UPN Veteran Yogyakarta Perss.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Jakarta. Kencana.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin. Antasari Perss.
- Reynata, A. V. E. (2022). *Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. 9(2).
- Rusniati, & Haq, A. (2014). *Perencanaan Strategis dalam Perspektif Organisasi*. *Jurnal Intekna*. 14(2), 102–209.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung. Pustaka Ramadhan.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media.
- Suherman, U. D. (2019). *Pentingnya Kepemimpinan Dalam Organisasi*. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*. 1 (2).
- Suparman, U. (2020). *Bagaimana Menganalisis Data Kualitatif?*. Bandarlampung. Pustaka Media.
- Triyono Agus. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta. Bintang Pustaka Madani.
- Tadjudin, T. (2013). *Pengawasan dalam Manajemen Pendidikan*. Ta'allum: *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Ulinuha, M. A., Maulana, A. I., Wijayanti, S., Rahmi, A., & Ardliyan, K. (2019). *Perancangan Stasiun Televisi Daring untuk Memperluas Jangkauan Siar WalisongoTV*. *Walisongo Journal of Information Technology*, 1(1), 35.

Wijaya. C, Rifa'i. M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efesien. Medan. Perdana Publishing.

Alamsyah. R.A. (2022). Peran Para Santri dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi, Apa Saja?. dalam <https://santrihub.or.id/peran-para-santri-dalam-menghadapi-perkembangan-teknologi-apa-saja/> . diakses pada 31 Mei 2024.

Annur. C.M. (2023). Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia. dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia#:~:text=Indonesia%20Peringkat%20Keempat%20Pengguna%20YouTube%20Terbanyak%20Dunia,-Teknologi%20%26%20Telekomunikasi&text=Menurut%20laporan%20terbaru%20We%20Are,pengguna%20YouTube%20terbanyak%20di%20dunia> . diakses pada 4 Juni 2024

Ibnu, U. (2024) New Media: Pengertian, Konsep, Fungsi, Manfaat dan Peluang dalam Karir <https://geotimes.id/opini/new-media-pengertian-konsep-fungsi-manfaat-dan-peluang-karir/> diakses pada 22 juni 2024.

Yonatan, A. z. (2023). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. dalam <https://daya.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAIp> .diakses pada 15 Maret 2024.

KupiPedia.(2021). Kebon Jambu Al-Islamy dalam https://kupipedia.id/index.php/Kebon_Jambu_Al-Islamy diakses pada 23 April 2024.

Wawancara dengan Muhammad Dzulfikar, selaku ketua Tim Media jambu pengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, pada tanggal 24 Maret 2024.

Wawancara dengan Al Zena Haq As'ad, selaku Ketua Media tahun 2021-2022, pada tanggal 24 Maret 2024.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Wawancara dengan Ketua Tim Media Jambu

1. Apa saja visi misi yang dimiliki oleh Tim Media Jambu?
2. Apa tujuan dibentuknya Tim Media Jambu dalam mengelola media sosial pondok?
3. Media sosial apa saja yang dikelola Tim Media Jambu selain YouTube?
4. Bagaimana proses perencanaan yang dilakukan oleh Tim media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
5. Kapan Tim Media Jambu melakukan perencanaan dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
6. Bagaimana proses pengorganisasian yang dilakukan oleh Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
7. Adakah pihak lain yang membantu (selain Tim Media Jambu) dalam mengelola channel YouTube Pondok Jambu Al-Islamy?
8. Apa saja struktur organisasi dalam Tim Media Jambu?
9. Bagaimana Proses Pengarahan yang dilakukan oleh ketua Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
10. Bagaimana proses pemberian motivasi untuk para anggota Media Jambu dalam mengelola media Pondok?
11. Motivasi apa yang ketua Media Jambu berikan kepada anggota Media Jambu?
12. Bagaimana proses komunikasi kepada semua anggota dan secara individu yang dilakukan ketua Tim Media Jambu?
13. Bagaimana proses pelatihan yang dilakukan Tim Media Jambu?

14. Pelatihan apa saja yang sudah dilaksanakan?
15. Bagaimana strategi ketua Tim Media Jambu dalam melaksanakan kepemimpinannya?
16. Bagaimana proses pengawasan yang dilakukan oleh Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
17. Adakah rapat evaluasi untuk membahas hal-hal yang harus diperbaiki?
18. Adakah kendala atau hambatan dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?
19. Program apa saja yang dilakukan oleh Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?

Wawancara dengan Ketua Tim Media Jambu Tahun 2022

1. Bagaimana sejarah Tim Media Jambu dibentuk?
2. Bagaimana proses perintisan Tim Media Jambu dalam mengelola channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy?

Lampiran 2. Surat Izin Riset

Surat Izin Riset Kepada Kepala Pondok Putra



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 100/Un.10.4/K/KM.05.01/03/2024

Semarang, 18/03/2024

Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Kepada Yth.
Kepala Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Putra
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Shofwatul Aini Rahmah
NIM : 2001026063
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Pondok Kebon Jambu Al-Islamy
Judul Skripsi : Pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA


Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat Izin Riset Kepada Kepala Pondok Putri



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 99/Un.10.4/KM.05.01/03/2024
Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 18/03/2024

Kepada Yth.
Kepala Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Putri
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Shofwatul Aini Rahmah
NIM : 2001026063
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Pondok Kebon Jambu Al-Islamy
Judul Skripsi : Pengelolaan Channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA


Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Lampiran 3. Surat Telah Menyelesaikan Penelitian



صهر كبرو جا بونك روى
PONDOK KEBON JAMBU AL-ISLAMY
NSPP : 510 23 20 90 004

Sekretariat : Jl. Kebon Jambu No. 01 Babakan Ciwaringin Cirebon Kp. 45167 Tlp : 081223069939 Webset. www.kebonjambu.org

SURAT KETERANGAN
NOMOR: PKJ/03/049/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Pondok Kebon Jambu Al-Islamy Pesantren Babakan Ciwaringin Cirebon, menerangkan bahwa :

Nama : Shofwatul Aini Rahmah
NIM : 2001026063
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Waktu Penelitian : 22 Maret 2024 – 24 Maret 2024

Adalah benar mahasiswi UIN Walisongo Semarang dan telah melakukan penelitian di Pondok Kebon Jambu Al – Islamy Pesantren Babakan Ciwaringin Cirebon. Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pengelolaan Channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy**

Demikian surat keterangan ini kami buat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cirebon, 02 Juni 2024

KepalaPondok
Kebon Jambu Al-Islamy
Pesantren Babakan
Ciwaringin Cirebon

M. Nur Ismail

Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Ketua Tim Media Jambu

Nama : Muhammad Dzulfikar

Tempat : Balai Latihan Kerja Komunitas (BLK)

Waktu : 24 Maret 2024, 11.18

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kang Dzulfikar : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti : Perkenalkan nama saya Shofwatul Aini Rahmah mahasisiwi Komunikasi penyiaran Islam konsentrasi broadcasting UIN Walisongo Semarang, disini saya akan meminta waktunya untuk mewawancarai kang Dzulfikar sebagai ketua Tim Media Jambu. kang Dzulfikar gimana kabarnya?

Kang Dzulfikar : Alhamdulillah baik

Peneliti : Alhamdulillah, semoga masih sehat, masih semangat untuk menjalankan puasa di bulan Ramadhan tahun ini

Kang Dzulfikar : Aamiin

Peneliti : Disini maksud saya akan mewawancarai dari pada penelitian saya dengan judul pengelolaan channel YouTube Pondok Kebon Jambu Al-Islamy. Nah langsung saja nggih kang, pada pertanyaan pertama. Kira-kira Tim Media Jambu ini memiliki Visi dan misi seperti apa?

Kang Dzulfikar : Ouuh untuk Visi dan Misi Tim Media sendiri meliputi dari misinya sebenarnya kita secara garis besar ada 3 konsentrasi yaitu menyebarkan informasi terkait Pondok Kebon Jambu Al-Islamy, memberdayakan generasi mudanya seperti santri dan menyebarkan syariat Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* itu untuk visi sendiri jadi setiap perencanaan konten mengacu pada visi. Nah untuk misi nya sendiri yaitu pertama

mengembangkan konten media yang berkualitas tentunya, yang kedua melaksanakan pelatihan dan pendidikan tentang multimedia ini basisnya pengkaderan sebenarnya, menjalin kolaborasi dengan pihak luar yang memang sportif kreatif dan kompeten, yang keempat mendorong kreativitas dan inovasi jadi tetap kita mengikuti perkembangan kontennya untuk misinya itu.

Peneliti : Berarti sejauh ini memang masih melibatkan dari pihak luar nggih kang

Kang Dzulfikar : Memang masing

Peneliti : Contohnya seperti apa?

Kang Dzulfikar : kita menjalin kolaborasi sama pihak luar, seperti pihak Lensa Pesantren Babakan contohnya.

Peneliti : Lensa Pesantren Babakan ini apa?

Kang Dzulfikar : Jadi, Lensa Pesantren Babakan ini skalanya se-Babakan, kalau Tim Media Jambu kan skalanya Cuma se-pondok, kalau Lensa ini skalanya se-Babakan.

Peneliti : Itu sudah berapa kali menjalin kolaborasi dengan pihak Lensa?

Kang Dzulfikar : Sebenarnya setiap tahun ada, mungkin karena saya masuk dalam anggota BPH nya jadi lebih ikut intervensi didalamnya, sering kolaborasi.

Peneliti : Siapa saja yang masuk kang?

Kang Dzulfikar : Saya sendiri, tapi sebenarnya yang masuk kepada jajaran strukturalnya saya sendiri tapi kita tetap melibatkan anggota Tim Media lain.

- Peneliti : Ouuh jadi dalam Lensa Babakan ini didalamnya banyak media-media pondok di Babakan nggih kang
- Kang Dzulfikar : Kalau itu admin, jadi gini teh ada Lensa Pesantren Babakan ada juga adminnya, kalau adminnya itu perwakilan dari pondok-pondok yang ada di Babakan. Jadi semua admin media hampir semuanya masuk dalam admin lensa babakan, khusus pondok yang memiliki media.
- Peneliti : Selain itu, mungkin disana juga melakukan pelatihan juga nggih kang?
- Kang Dzulfikar : Kalau pelatihan memang ada, salah satunya bulan Ramadhan selama satu minggu untuk konten kreator besiknya ke video, pelatihan fotografi, desain grafis di Lensa untuk admin.
- Peneliti : Pelatihan itu apakah khusus admin Pondok saja?
- Kang Dzulfikar : Khusus santri sebenarnya, yang berminat ke bidang multimedia.
- Peneliti : Disana itu pelatihannya seperti apa, siapa mentornya?
- Kang Dzulfikar : Dari pihak luar dan dalam, biasanya mang aji (Alzena) dan para admin Lensa Pesantren Babakan, pelatihannya meliputi live streaming, potoshop dan masih banyak lagi. Selain beliau-beliau ini ada juga yang melatih dari gus Nafis, mang firman yang berkontribusi dalam mengajar.
- Peneliti : Oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana sih proses perencanaan yang dilakukan Tim Media Jambu?
- Kang Dzulfikar : Khusus untuk YouTube, sebenarnya kita itu lebih kepada skala event-event besar yang ada di Pondok seperti PHBI, hari santri nasional, muludan, dan musabaqoh hal-hal yang

seperti itu dan lebih pada konten before dan after movie saja. Dan ada juga kita mengacu pada live streaming juga biasanya yang sudah pasti live streaming yaitu akhirussanah dan wisuda Ma'had Aly. Ada juga perencanaan diluar dari perencanaan satu tahun dan memang dilanjutkan untuk konten tersebut seperti dagelan santri, kultum Ramadhan, pengajian kitab.

Peneliti : Lalu ada nggak sih, perencanaan namun diluar rencana selama satu tahun ini?

Kang Dzulfikar : Oh ada, biasanya dari pihak luar yang ingin diperkenalkan programnya melalui media sosial pondok, seperti saat ini itu ada UPT (Unit Pengelolaan Sampah) itu sifatnya seperti kerjasama dengan pihak luar atau kita sebut klain.

Peneliti : Terkait hal itu, sudah terlaksana?

Kang Dzulfikar : Alhamdulillah terlaksana dengan baik.

Peneliti : Kira-kira selain dari konten yang terlaksana, ada nggak sih konten yang belum terlaksana?

Kang Dzulfikar : Sebenarnya konten yang tidak terlaksana masih banyak, salah satunya kita itu vakum pada konten YouTube yang sebelumnya ada. Hal itu karena kita kekurangan konseptor, jadi konseptor awal itu beliau udah tidak melanjutkan belajarnya lagi di Pondok dan sedangkan kita itu generasi baru yang memang perlu adanya bimbingan dan pelatihan, selain itu juga kita kekurangan orang untuk berpartisipasi , intinya SDM kita masih kurang baik dalam tahap produksi maupun Talentnya.

Peneliti : Oke selanjutnya nggih kang, bagaimana proses pengorganisasian yang dilakukan Tim Media Jambu?

Kang Dzulfikar : Jadi untuk Tim Media saat ini terdiri dari lima orang media pusat dan itu terbagi sesuai dengan jobdesknya masing-masing, yaitu Desainer, Fotografer, Videografer, Web Developer dan Ketua. Nah nanti mereka fokus pada bidangnya masing-masing. Tapi kita juga masih melibatkan pihak-pihak komplek dan putri, jadi ada tiga komplek kan yaitu Arafah, Makkah dan ji'ronah, nah ini masih kita libatkan supaya membantu dalam kinerja kita dan kedepannya menjadi penerus lebih tepatnya pengkaderan dan memanfaatkan SDM dan Mengembangkannya seperti yang disebutkan pada visi misi supaya mereka itu mempunyai skill dibidang multimedia untuk targetnya supaya kedepannya bisa diambil pada media akhirussanah.

Peneliti : Oh jadi pada acara Akhirussanah itu media nya juga beda lagi?

Kang Dzulfikar : iya beda lagi, namun tidak melupakan Tim Media pusat tentunya, hanya membantu dalam kinerja kita. Mangkanya kita itu selama satu tahun rolling untuk media komplek, pusat juga kadang rolling supaya minimalnya mereka itu punya basic dari semua job desc itu.

Peneliti : Selain dari pada itu, apakah ada pihak lain?

Kang Dzulfikar : Paling kita libatkan ke pihak putri, jadi kalau ada event-event yang ada di putri kita libatkan.

Peneliti : Oouuh jadi memang Tim Media Jambu ini gabungan dari putra dan putri nggih kang?

Kang Dzulfikar : Kalau secara kinerja nya memang kita semua nya libatkan, namun secara struktural organisasi yaitu tadi cuma 5 orang.

Peneliti : Oke, jadi secara strukturalnya bagaimana Tim Media Jambu ini?

Kang Dzulfikar : Oh itu tadi Ketua saya sendiri, Fotografer Muhammad Farrih Muzakki Ahmad, VideoGrafer Andi Jumadi, Desainer Muhammad Fadil, Web Developer Muhammad Hilmi Annaufal

Peneliti : Oke selanjutnya, kalau proses pengarahannya sendiri itu bagaimana kang? Mungkin dari proses komunikasinya terlebih dahulu, kira-kira ada gak sih proses terjalinnya komunikasi selama menjalankan kinerja sebagai media pondok?

Kang Dzulfikar : Kalau komunikasi yang terjalin itu, kita mengadakan agenda rapat ketika tidak ada acara yah, kita melakukan rapat setiap satu bulan sekali di Minggu kedua, kita melibatkan semua media dari pusat, komplek dan putri yang membahas kendala, pencapaian dan konten selanjutnya mau membuat apa

Peneliti : Selain dari pada itu, adakah proses komunikasi yang terjalin?

Kang Dzulfikar : Komunikasi dua arah, dimana kita lebih mencari solusi bersama. Adapun jika per orang itu lebih ke interpersonal dalam mengarahkannya

Peneliti : Selain komunikasi, tentunya kita harus mengembangkan skill anggotanya atau bahkan Sumber daya manusia yang ada, sejauh ini ada gak sih pelatihan yang sudah dilakukan oleh Tim Media Jambu?

Kang Dzulfikar : Tentunya ada, pelatihan terkait kader berhubung sebelumnya masih ada jatah pelatihan dari Kemnaker di

BLK, jadi anggota media yang 5 orang ini adalah salah satu hasil dari pelatihan tersebut. Pelatihan itu dilaksanakan selama 24 hari secara intensif dari pagi sampe sore. Kader kader media dilatih baik secara teori maupun praktek. Adapun untuk pengembangan sendiri kita lebih memperbanyak jam tayang saja ketika di lapangan. Pelatihan itu fokus kepada editing video mulai dari fotografi desain grafis dan videografi.

Peneliti : Tadikan disebutkan BLK, bisa gak sih menjelaskan tentang BLK ini?

Kang Dzulfikar : BLK itu Balai latihan kerja yang dimna program dari kemnaker dan di dalamnya itu mengadakan pelatihan² yang kedepannya itu akan kerja, jadi harapannya untuk setelah lulus sekolah minimal mereka bisa punya besik editing video.

Peneliti : Berarti tempat ini salah satu tempat pelatihan santri yang dikhususkan pada bidang multimedia.

Kang Dzulfikar : Pasaran kali ini juga ada pelatihan juga pelatihan desain grafis yang berfungsi juga untuk pembuatan konten dalam youtube seperti thumbnail.

Peneliti : Oke tadi kan sudah dijelaskan proses pengarahan dari komunikasi, motivasi, pelatihan nah kalo untuk kepemimpinannya sendiri itu gimana, strategi apa yang ketua media lakukan sebagai ketua media jambu?

Kang Dzulfikar : Untuk saya sendiri, saya menjalani tugas sebagaimana pemimpin pada umumnya, memberikan contoh dan memberikan arahan, motivasi dan disamping itu juga saya dibantu oleh mang aji (Alzena) untuk membantu kinerja dan lain-lain.

Peneliti : Kalau untuk motivasinya sendiri, motivasi apa yang diberikan oleh kang Dzulfikar untuk para anggota media?

Kang Dzulfikar : Biasanya saya memberikan sedikit pemantik dan refleksi mengenai konsep bertumbuh bersama saling bantu satu sama lain. terkadang juga saya meminta pihak yang disegani untuk memberikan arahan yaitu kepada Gus Nafis dan Yuyu Selly.

Peneliti : Oke kalau terkait proses pengawasannya sendiri itu bagaimana kang?

Kang Dzulfikar : Untuk pengawasan sendiri kita tentunya media pusat selalu mengawasi media kompleks dan putri, setiap konten yang dihasilkan dari mereka itu kita tetep ada yang namanya pengawasan konten. Begitu juga juga dengan anggota saat produksi konten pasti setelahnya harus melakukan pengawasan dari saya dan dibantu oleh mang aji ini dan juga melakukan evaluasi pada saat rapat satu bulan satu kali yang sempet dibahas tadi ya teh, dan ada juga kumpul-kumpul setelah selesainya live streaming kita membahas apa saja yang menjadi evaluasi selama live streaming berlangsung.

Peneliti : Sejauh ini ada gak sih kendala-kendala yang masih dialami oleh Tim Media Jambu?

Kang Dzulfikar : Kalau kendala itu pertama tentunya kita masih kurang dalam SDMnya, karena kembali lagi bukan SDM yang banyak tapi SDM yang kompetensi di bidangnya, ada juga kompetensi ada tapi semangatnya gak ada, kita tidak bisa melibatkan santri lebih tepatnya bukan pengurus lah ya, karena kalau santri kan mereka masih terpaku dan fokus untuk mengaji dan jarang juga memiliki basic dibidangnya.

Peneliti : Terus ada lagi kang, kendala yang dalam pimpinan sendiri?

- Kang Dzulfikar : Kalau dari pihak pimpinan saya kira nggak ada ya teh, justru kita diberi dukungan penuh dari dewan pengasuh yang memang paham dalam bidang media seperti Yuyu Selly dan Gus Nafis dan beliau-beliau juga pengamat dan penasehat.
- Peneliti : Oh mungkin karena memang beliau-lah memiliki basic dalam bidang tersebut jadi memberikan dukungan penuh. Terus dari keuangan sendiri atau SDA nya itu gimana masih ada kendala nggak?
- Kang Dzulfikar : Untuk keuangan sendiri setiap ada event ada dari pondok namun gak seberapa dan jadi kita ngambil job-job dari luar yaitu membuka jasa fotografi dan videografi di luar pondok dan uang nya nanti akan mengalir ke pengelolaan media dari inventaris dan kebutuhan lainnya.
- Peneliti : Kalau live streaming itu alat nya bagaimana?
- Kang Dzulfikar : Kalau live streaming kita masih nyewa, karena memang belum lengkap sepenuhnya.
- Peneliti : Jadi memang SDA dan SDM nya masih kurang nggak kang, untuk media sosial yang dikelola tim media jambu itu apa aja kang?
- Kang Dzulfikar : Kita itu sekarang YouTube, Instagram, Facebook, Tiktok dan Twitter.
- Peneliti : Untuk programnya sendiri itu apa aja kang?
- Kang Dzulfikar : Itu tadi yang sudah dijelaskan di awal, perencanaan konten itu merupakan program dari kami.
- Peneliti : Oke-oke, iya mungkin sudah cukup Terimakasih kang Dzulfikar sudah berkenan untuk diwawancarai, mudah-mudahan Tim media jambu semakin maju, dan paling

penting semoga SDM semakin banyak yang memiliki kompetensi dalam bidangnya.

Kang Dzulfikar : Iya Aamiin sama-sama

Peneliti : Cukup sekian wassalamualaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Kng Dzulfikar : Walaikumsalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Ketua Tim Media Jambu Tahun 2022

Nama : Al zena Haq As'ad

Tempat : Balai Latihan Kerja Komunitas (BLK)

Waktu : 24 Maret 2024, 12.32

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kang aji : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti : Perkenalkan nama saya Shofwatul Aini Rahmah mahasisiwi Komunikasi penyiaran Islam konsentrasi broadcasting UIN Walisongo Semarang, disini saya akan meminta waktunya untuk mewawancarai kang Aji untuk menceritakan sejarah terbentuknya Tim Media Jambu.

Kang Aji : Jadi, media kebon Jambu itu kalo melihat histori jejak rekam sosial media, YouTube Pondok Kebon Jambu itu aktif pada tahun 2017 , 29 Maret berarti udah berapa tahun itu hampir 11 tahun yang perintis pertama media kebon Jambu itu yaitu ustadz firman beliau asli orang kuningan, yang dimna kenapa mungkin ustadz firman mengawali terbentuknya media kebon Jambu karena mungkin udah mulai masa nya sudah mungkin terasa walaupun secara perkembangan di kalangan nasionalnya untuk NU saya rasa belum begitu melek, tapi disamping itu, akhirnya awal tujuan dibuat tim media tidak lebih dari hanya ingin mendokumentasikan apa yang ada di pondok pesantren entah itu kegiatan, pengajian ya lebih tepatnya mungkin arsip dari kyai ataupun nyai, kalau urusan perkembangan atau kualitas kayaknya masih belum karena alat pun masih pakai menggunakan hp ada yang pakai handycam pada

masanya jadi kalau desain pun kayaknya nggak ,kayaknya baru pertama kali turun itu YouTube Instagram juga tahun berapa ya kayaknya 2017 , pokoknya awal itu 2013 pertama kali itu di YouTube. Mungkin sempet ngobrol lagi waktu itu intinya karena perintis pertama ustadz firman beliau inisiatif bukan, belum mengatasnamakan media kebon Jambu masih inisiatif sendiri dan lalu memang banyak di durung oleh kyai dan nyai sampai akhirnya di tahun 2016- 2017 itu baru dibentuknya secara devisi di pondok kebon Jambu yang namanya devisi multimedia kebon Jambu .

Penelit : Berarti pada awal2 itu emang belum terbentuk tim ya kang belum diresmikan, lalu untuk yang membuat channel nya itu siapa?

Kang Aji : Ya itu beliau sendiri ustadz firman, mungkin urutan nya dari YouTube turun ke fase page dari fase page kan aturan nya by admin jadi pakai Facebook pribadi terus si fase page nya diatur oleh Facebook pribadi ya runtutan gitu YouTube Facebook lalu Instagram. Ya itu, diresmikan nya tim media jambu pada tahun 2016-2107 dari awal ketua media nya ustadz Kurniawan, di tahun 2018 itu ada ustadz Hisyam, 2019 itu ada ustadz Nurul dua tahun 2020-20 2021 itu ada ustadz Ifan 2022 saya 2023 Dzulfikar. Nah kalau mulai tersistem atau terstruktur itu pada masa ketuanya saya sebelumnya berarti 2021 kebelakang, itu masih belum terorganisir, secara keanggotaan pun saya merasakan masuk ke media kebon Jambu itu pada 2020 sudah berkembang itu, tapi media jambu itu masih belum berkembang dan hanya 3 orang jadi anggota itu harus multitasking.

Peneliti : Nah mungkin tadi sudah diceritakan jerah dibentuknya tim meldia jambu 2021 itu sudah mulai tersistem berarti pada

ketua medianya alzena sendiri, jadi itu gimana proses perintisan dan perkembangan tim Media jambu itu?

Kang Aji

: Jadi saya itu belajar dari pengalaman dari kejadian2 yang sebelumnya. Waktu tahun 2020 itu hanya 3 orang anggota dan itu sangat kesusahan, dari situ saya mulai belajar lagi dan pada saat itu juga salah satu anggota boyong (selesai pendidikan di pesantren). Tapi secara seniornya ada yg lebih senior yaitu ustadz Ifan akhirnya ustadz Ifan naik sebagai ketua. Setelah itu saya merekomendasikan dua orang untuk masuk ke dalam tim media akhirnya bertambah jadi empat orang yang tadinya dua karna salah satunya boyong dan merekomendasikan dua orang lagi akhirnya bertambah empat orang. Jadi perkembangan 2021 berawal dari bertambahnya dua orang itu memiliki skill yang bisa untuk diandalkan. Tapi hal itu masih banyak masalah juga, itu karena setiap anggotanya tidak bisa bekerja sama dan setelah itu mulai turun lagi. Sampai saya tuh mikir ini mau gimana lagi agar tim media jambu bisa mengikuti perkembangan zaman. Dan setelah itu salah satu anggota media boyong dan dua orang itu keluar dari tim media juga akhirnya hanya saya sendiri yang masih bertahan. Tapi saya juga gak berhenti berjuang karena memang di media jambu ini salah satu hobi saya dan gak mungkin saya biarkan aja gitu. Akhirnya saya belajar dari situ dan kebetulan saya juga Aktif di lensa pesantren Babakan, aktif juga di beberapa fotografer Cirebon, dan sampai akhirnya saya banyak konsultasi soal gimna cara membentuk tim kreatif atau media yang mungkin bisa dikatakan goal gitu, saya meraba-raba berkonsultasi kesana kesini minta masukan dan usulan semua usulan semua saran sekitar saya itu saya terima semua dan saya aplikasikan tapi saya tetep ajah saya menerapkan lagi dari

nol karena mereka juga gak tau lapangannya dimana tapi saya tetep menyesuaikan sama lapangan disini. Akhirnya saya terus berpikir gimana caranya akhirnya dari situ saya membuat sistem yang berawalnya dengan keanggotaan yang tidak amanah dan tanggung jawab tidak totalitas. Akhirnya saya membuka sistem open recruitment. Itu dibuat pada saat saya mau masuk ketua media 2021 ke 2022. Saya membuat open recruitment itu dimana langkah awalnya membuka pendaftaran untuk kalangan yang mau menjelang ke kepengurusan. Kepengurusan di pondok itu kan ada dua ada yg baru naik ke kepengurusan komplek ada yang baru naik ke kepengurusan pusat akhirnya saya bikin dua kategori open recruitment ya itu tadi. Dan pada saat itu saya mulai pendekatan dengan santri senior yang ada di putri juga. Jadi Menag diharapkan pokoknya media kebon Jambu kalo mau aktif bukan hanya untuk putra saja, saya kira sama putri juga gitu. Akhirnya pada masa itu saya minta dukungan dari orang-orang mungkin lebih senior dari saya seperti Ceu nida dan mba hilya lalu ada juga pak Iqbal sebagai instruktur BLK yang waktu perintisan awal. Jadi di perintisan itu ada pak Iqbal, ustadz Hilmi, ada Ceu nida ada mba hilya itu mereka yang mungkin jadi pendukung pertama dalam perintisan. Tahap selanjutnya itu interview setelah kita dapet beberapa pendaftar dari interview itu kita menanyakan beberapa pertanyaan yaitu target dan tujuannya buat apa gitu. Standar saya dia mau diajak tim bisa diajak kerja profesional dan satunya itu mondok nya masih lama karna itu sangat berpengaruh dan menjadi nilai plus. Karna kalau sudah pengkaderan tapi mau boyong itu akan cuma-cuma. Walaupun belum ada basic karna basic itu bisa diolah lah. Akhirnya dari situ udah mulai kelihatan. Kalau di pondok

kebon Jambu itu kan pembagian pengurus nya dibagi oleh pengasuh dan itu bisa di rolling karna memang harus bisa segalanya. Tapi saya itu bukan nya membantah tapi memang kita harus mengembangkan gitu, karna kalau saya ambil orang dan yang ditunjuk oleh pengasuh itu salah orang kan jadi repot, karna masuk ke media itu bukan sembarang orang karena itu juga sering terjadi. Akhirnya pada perputaran itu, saya mengusulkan nama-nama yang sudah diterima saat open recruitment itu kepada dewan pengasuh. Dan Alhamdulillah nya di terima oleh pihak pengasuh yaitu angkatan pertama Dzulfikar, Romi, umam dan di kompleknya pun tiga gondil, Sifa farih dan mereka satu tahun itu diberi tugas satu orang satu jobdesk . Akhirnya dari situ pengembangan skill nya dari pelatihan-pelatihan dan selebihnya otodidak dan dilihat dari jam tayang nya seperti karya nya masih ada yg kurang itu menjadi pelajaran dan akhirnya sampai bisa dan jauh lebih baik. Akhirnya dari sistem itu mulai benar-benar tersistem dan sampai sekarang.

Peneliti : Oh jadi seperti itu, perjalanan atau perintisan Tim Media Jambu, jadi memang yang terpenting adalah bagaimana kita membentuk tim yang kompak dan punya rasa tanggung jawab dengan tugasnya. Baik kang, Terimakasih buat waktunya. Semoga Tim Media Jambu menjadi lebih berkembang dari pada tahun-tahun sebelumnya.

Kang Aji : Aamiin

Peneliti : Mungkin sudah cukup nggih kang, kurang dan lebihnya mohon maaf, Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kang Aji : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.

Lampiran 6. Dokumentasi



Gambar 5. Bersama ketua Tim Media Jambu ketika Pra Riset



Gambar 6. Bersama Dewan Pengasuh Pondok Kebon Jambu Al-Islamy saat izin penelitian



Gambar 7. Wawancara Bersama Ketua Media Jambu dan Ketua Media Jambu tahun 2022



Gambar 8. Pelatihan Desain grafis (Pasaran Ramadhan)



Gambar 9. Tim Media Jambu saat melakukan Live Streaming Haflah Akhirussanah



Gambar 10. Gedung BLK (Balai Latihan Kerja Komunitas) atau tempat pelatihan



EPS. 1 DARMAJI | DAGELAN SANTRI

Gambar 11. Salah satu karya santri yang bersifat hiburan



ALASAN GUE MASUK PONDOK | TANYA SANTRI

Gambar 12. Salah satu karya santri yang menceritakan pengalaman mondok

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Shofwatul Aini Rahmah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Majalengka, 13 Maret 2002
Agama : Islam
Alamat : Bantarwaru, Ligung, Majalengka
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Email : shofwaaini33@gmail.com
Instagram : @shofwaaaaini
WhatsApp : 089664433738
Riwayat Organisasi : Bendahara Walisongo TV

Riwayat Pendidikan

1. RA Al-Anwariyah
2. SDN Bantarwaru 2
3. MTsN 2 Cirebon
4. MAN 2 Cirebon

Semarang, 4 Juni 2024

Shofwatul Aini Rahmah

NIM. 2001026063