

INOVASI CHANNEL YOUTUBE PONDOK PESANTREN

SIROJUTH THOLIBIN BRABO

(Studi Channel YouTube @SirbinTV)



SKRIPSI

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi *Broadcasting*

Oleh :

Imanniatul Afitkha

(2001026044)

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

SEMARANG

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa

Nama : Imanniatul Afitikha

NIM : 2001026044

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Proposal : Inovasi Channel YouTube Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo
(Studi Channel YouTube @SirbinTV)

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut oleh karenanya mohon segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Desember 2024
Pembimbing



Silvia Riskha Fabriar, M.S.I.

NIP: 198802292019032013

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

**Inovai Channel YouTube Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo
(Studi Channel YouTube @SirbinTV)**

Oleh :

Imanniatal Afitikha

NIM. 2001026044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Desember 2024 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji

Dr. Asep Dadang Abdullah, M.Ag

NIP. 197301142006041014

Sekretaris Dewan Penguji

Dr. Amelia Rahmi, M. Pd.

NIP. 196602091993032003

Penguji I

Dr. Siti Solikhati, M.A.

NIP. 196310171991032001

Penguji II

Mava Rini Handayani, M. Kom

NIP. 198802292019032013

Mengetahui,
Pembimbing

Silvia Ritskha Fabriar, M.S.I.

NIP. 198802292019032013

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada Tanggal, 31 Desember 2024

Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag
NIP. 197205171998031003

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imanniatal Afitikha
Nim : 2001026044
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnyadan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Desember 2024



Imanniatal Afitikha

NIM. 2001026044

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang selalu mencurahkan Rahmat, Hidayah, serta inayah-Nya. Shalawat dan Salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita seanehtiasa mendapatkan syafaatnya di dunia hingga akhirat.

Dengan kerendahan hati, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari semua pihak terkait. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu. Adapun ucapan terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Asep Dadang Abdullah, M.Ag, selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Ghoni, M.Ag, selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Alifa Nur Fitri selaku wali dosen yang telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis.
6. Ibu Silvia Riskha Fabriar, M.S.I, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak sekali arahan dan masukan dengan sebaik mungkin. Terimakasih atas perhatian, kesabaran, dan tanggung jawab Ibu sebagai pembimbing sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Bapak/ Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama kuliah.
8. Segenap Keluarga besar Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo, Tanggunharjo, Grobogan.

9. Segenap tim media SirbinTV Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo yang telah mengizinkan dan memberikan ilmunya sehingga memberikan motivasi, wawasan, dan masukan, serta do'a disaat penelitian skripsi.
10. Keluarga kecil Pakdhe Ahmad Dahlan yang telah merawat saya dengan sepenuh hati sedari kecil hingga saat ini.
11. Kakung dan Mbah yi yang telah merawat saya sedari kecil hingga saat ini, semoga kakung dan mbah yi panjang umur dan sehat selalu.
12. Sahabat-sahabatkuku Irhamni Maulaya, Aniq Rosyada, dan Maulia Putri Ardiana yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis utuk mengerjakan skripsi, terimakasih telah menjadi teman yang baik dan mendoakan satu sama lain.
13. Saudaraku HMJ KPI Angkatan 2020 (Isra, Syifa, Irham, Fikri, Adlan, Kaneda, Fadel, Dinu) yang sudah memberikan warna, serta pengalaman yang mungkin tidak bisa di rangkai dengan kata-kata.
14. Keluargaku Sadewa (Ninis, Muna, Almira, Nadila, Muff, Aghitsna, Naela, Priti, Evi, Alfitra, Cimeng, Faro, Siprut, Imam, vinda) yang telah memberikan warna, canda, dan tawa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan yang diberikan mendapat berkah dari Allah SWT. Saya mengucapkan terima kasih yang tulus, dan berharap balasan yang baik dari-Nya. Saya menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan dengan kerendahan hati, saya berharap saran dan kritik konstruktif untuk perbaikan penelitian ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 8 Desember 2024

Imanniatul Afitikha

NIM. 20010260444

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk orang-orang tercinta yang telah berjasa dan sangat berharga di dalam kehidupan peneliti. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Ibukku tersayang, Ibu Rubiyatun (Alm) yang sangat kucintai, kusayangi, dan paling berarti dalam hidupku. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan Ibu Ditempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.
2. Bapakku tersayang, Bapak Suhardi yang sangat kusayangi dan kucintai, yang selalu mendoakan, mendukung, memberi nasihat, dan semangat, serta yang selalu mendo'akan kelancaran dalam menjalani pendidikan sampai selesai. Terimakasih Bapak atas setiap lelah dan upaya untuk mencari rezeki agar anak-anak Bapak bisa mendapatkan pendidikan yang tinggi. Semoga Bapak panjang umur dan sehat selalu agar bisa mendampingi setiap proses anak-anak Bapak.
3. Adikku Tersayang Muhammad Aniq Jauhar, yang selalu menjadi alasan penulis untuk lebih keras lagi dalam berjuang, karena dialah termasuk orang yang menjadikan penulis untuk menjadi kuat dan lebih semangat. terimakasih selalu memberikan warna tersendiri dalam hidup penulis setelah kepergian Ibu. Semoga adek panjang umur dan sehat selalu.
4. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Semarang, 8 Desember 2024

Imanniatul Afitikha

NIM. 20010260444

MOTTO

“Maka bersabarlah, sesungguhnya janji Allah itu benar, dan jangan sekali-kali orang-orang yang tidak meyakini (kebenaran ayat-ayat Allah) itu menggoyahkan (keteguhanmu)”

(Q.S Ar-Rum: 60)

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoretis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Definisi Konseptual.....	11
3. Sumber dan Jenis Data.....	12
4. Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Teknik Analisis Data.....	14
BAB II INOVASI DAN YOUTUBE.....	17
A. Inovasi.....	17

1. Pengertian Inovasi.....	17
2. Exponential Organization.....	19
a. Pengertian <i>Exponential Organization</i> (ExO).....	19
b. MTP (<i>Massive Transformative Purpose</i>).....	21
c. SCALE dan IDEAS.....	23
B. YouTube.....	30
BAB III PONDOK PESANTREN SIROJUTH THOLIBIN BRABO DAN	
INOVASI CHANNEL YOUTUBE @SIRBINTV.....	35
A. Gambaran Umum Pondok Peesantren Sirojuth Tholibin Brabo.....	35
1. Profil Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo.....	35
2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo.....	38
B. SirbinTV.....	38
1. Sejarah @SirbinTV.....	38
2. Visi dan Misi @SirbinTV.....	42
3. Struktur Organisasi SirbinTV.....	43
C. Inovasi Channel YouTube @SirbinTV	45
BAB IV ANALISIS CHANNEL YOUTUBE @SirbinTV.....	50
A. Analisis Inovasi Channel YouTube @SirbinTV.....	52
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun YouTube @SirbinTV.....	38
Gambar 3 Wawancara Bersama Riyan Hidayatullah Selaku Koordinator Tim Media @SirbinTV Putra.....	64
Gambar 4 Wawancara Bersama Joan Pradevta Selaku Koordinator Tim Media @SirbinTV Putri.....	64
Gambar 5 Wawancara Bersama Abdul Manan Selaku Kameramen @SirbinTV Putra.....	65
Gambar 6 Wawancara Bersama AD Reza Budi Saputri Selaku Kameramen @SirbinTV Putri	65
Gambar 7 Wawancara Bersama Lubab Musthofa Selaku Editor @SirbinTV.....	66
Gambar 8 Wawancara Bersama Fina Khoirotul Ummah Selaku Editor @SirbinTV.....	66
Gambar 9 Proses Shooting Konten Channel YouTube @SirbinTV.....	67
Gambar 10 Proses Editing Channel YouTube @SirbinTV.....	67
Gambar 11 Proses Take Video Konten Channel YouTube.....	67

ABSTRAK

Imanniatul Afitikha, NIM 2001026044. Inovasi Channel YouTube Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo (Studi Channel YouTube @SirbinTV).

Skripsi ini membahas tentang inovasi channel YouTube SirbinTV Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo sebagai sarana media dakwah dan informasi yang kreatif dan efektif dalam menyampaikan informasi tentang pondok pesantren di era modern. Selain itu, penelitian ini juga membahas bagaimana pesantren tersebut mengelola dan mengembangkan inovasi dalam pembuatan konten untuk tetap sesuai dengan kebutuhan audiens, terutama generasi muda, tanpa mengesampingkan nilai-nilai tradisional pesantren. Hal ini menjadi penting mengingat peran YouTube yang strategis sebagai media dakwah yang mampu menjangkau audiens lebih luas dan memudahkan akses informasi agama dalam format yang lebih menarik dan dinamis.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan inovasi channel YouTube @SirbinTV yang dikelola oleh Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo, Grobogan. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang memungkinkan peneliti mengamati secara mendalam aktivitas dan proses yang terjadi dalam kurun waktu tertentu. Data dikumpulkan melalui berbagai teknik, seperti observasi dan wawancara, dan dokumentasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan gambaran yang detail dan menyeluruh tentang inovasi yang dilakukan oleh SirbinTV.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi channel YouTube SirbinTV berdasarkan teori *Exponential Organization* oleh Salim Ismail, yang mencakup MTP, SCALE, dan IDEAS. SirbinTV memiliki MTP (*Massive Transformative Purpose*) sebagai media dakwah digital pesantren yang relevan dengan perkembangan teknologi, melalui konten kreatif seperti kajian kitab, film pendek, dan video edukatif yang menarik generasi muda. Dalam aspek SCALE, SirbinTV memanfaatkan kolaborasi dengan kreator eksternal, algoritma YouTube, serta komunitas santri untuk memperluas jangkauan konten. Strategi distribusi dilakukan melalui berbagai platform media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas. Melalui IDEAS, SirbinTV menerapkan desain antarmuka yang ramah pengguna, analitik dashboard untuk evaluasi, eksperimen format konten, serta kolaborasi dengan jaringan sosial. Hasilnya, SirbinTV berhasil meningkatkan engagement, menjangkau audiens baru, dan menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif di era digital. Inovasi channel YouTube SirbinTV, melalui penerapan MTP, SCALE, dan IDEAS, berhasil mengimplementasikan peran pesantren dalam dunia digital. Dengan konten kreatif, kolaborasi strategis, dan pemanfaatan teknologi, SirbinTV mampu menjangkau audiens luas dan menyampaikan nilai-nilai Islam secara relevan dan efektif bagi generasi muda.

Kata Kunci : SirbinTV, Inovasi, YouTube

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini banyak kalangan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, baik untuk mencari informasi maupun mendapatkan informasi. Perkembangan informasi telah memberikan dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan dakwah (Hamdan & Mahmudin, 2021). Lister dan kawan-kawan yang dikutip Rulli Nasrullah menjelaskan bahwa, YouTube merupakan media sosial dengan konten berbagi video, dimana semua pengguna dapat membuat kanal sendiri. Dari kanal tersebutlah, penyebaran informasi terjadi. Proses tersebut seperti proses produksi pada stasiun YouTube di perangkat televisi, namun dikemas dalam media sosial (Rulli Nasrullah, 2016).

Ketika membuat dan mengelola sebuah channel YouTube, ada beberapa aspek penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya tarik serta keberhasilan channel tersebut di tengah persaingan platform digital yang semakin kompetitif. Salah satu langkah pertama yang sangat krusial adalah menentukan target audiens yang ingin dijangkau. Dengan memahami dengan jelas siapa audiens yang menjadi sasaran, kita dapat merancang dan menyajikan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan minat serta kebutuhan mereka, sehingga lebih mudah menarik perhatian penonton.

Setelah target audiens ditentukan, langkah berikutnya adalah menjaga konsistensi serta kualitas konten yang diunggah. Ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan jadwal unggahan yang teratur, sehingga penonton tahu kapan mereka bisa mengharapkan konten baru, dan memastikan bahwa setiap video yang dipublikasikan memiliki kualitas visual dan audio yang baik untuk memberikan pengalaman menonton yang optimal. Selain itu, penting untuk

terus mengeksplorasi berbagai gaya penyajian dan format konten untuk menjaga channel tetap menarik dan tidak monoton. Misalnya, mencoba berbagai jenis konten seperti vlog, tutorial, ulasan, atau kolaborasi dengan kreator lain dapat memberikan variasi yang segar bagi penonton, sehingga mereka tetap tertarik untuk mengikuti perkembangan channel. Lebih lanjut, keberhasilan channel juga sangat bergantung pada kemampuan untuk memahami preferensi audiens secara mendalam, yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur analitik yang disediakan oleh YouTube.

Fitur ini memungkinkan kita untuk mempelajari performa setiap konten, seperti jenis video yang paling banyak ditonton, durasi tontonan, hingga demografi audiens. Dengan informasi ini, kita dapat mengoptimalkan strategi pembuatan konten di masa mendatang agar lebih sesuai dengan selera dan kebutuhan audiens. Dengan menggabungkan strategi penentuan target audiens, konsistensi jadwal, kualitas produksi, inovasi format, dan analisis data performa, sebuah channel YouTube dapat terus berkembang, menarik lebih banyak penonton, dan meningkatkan keberhasilannya di platform tersebut. (Haddad, 2023)

Meskipun inovasi merupakan salah satu elemen kunci dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan di platform YouTube, dalam praktiknya, inovasi sering kali menjadi tantangan yang diabaikan oleh banyak kreator ketika mereka sedang mengembangkan channel mereka. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan banyak kreator di Indonesia yang lebih memilih untuk mengikuti tren yang sedang populer atau berusaha mencari popularitas dengan cepat, tanpa benar-benar memperhatikan secara mendalam mengenai kebutuhan audiens mereka maupun menjaga kualitas konten yang mereka hasilkan.

Inovasi dalam konsep dan strategi pembuatan konten sangat penting agar tetap menarik, relevan, dan bersaing. Dengan terus berinovasi, kreator dapat mempertahankan penonton lama dan menarik penonton baru. Oleh

karena itu, penting untuk tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga mengembangkan ide-ide baru yang meningkatkan kualitas dan daya tarik konten. (Mirawati, 2024).

YouTube kini menjadi media efektif untuk dakwah Islam karena bisa menjangkau audiens luas di seluruh dunia. Keunggulannya adalah pesan dakwah bisa disaksikan kapan saja, di mana saja, tanpa batasan jarak dan waktu, sehingga memudahkan pemirsa untuk mengaksesnya secara fleksibel. Bagi pondok pesantren, YouTube bukan hanya tantangan, tetapi juga peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Namun, pesantren perlu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan mempelajari cara efektif menggunakan YouTube untuk dakwah, mengelola konten berkualitas, dan menjangkau lebih banyak orang dengan pemasaran digital.

Meskipun tantangan untuk beradaptasi dengan dunia digital ini tidak dapat dihindari, peluang yang ditawarkan oleh teknologi modern, khususnya melalui platform seperti YouTube, memberikan kesempatan emas bagi pesantren untuk mengembangkan dan memperluas dampak dakwah mereka, sekaligus mengoptimalkan fungsi pendidikan dalam konteks yang lebih luas.

Pesantren termasuk salah satu lembaga sosial dan penyiaran keagamaan. Hal ini tidak terlepas dari peran pesantren dalam membangun masyarakat melalui pesan-pesan agama (Syafe'i, 2017). Dakwah di pesantren seringkali dilakukan dalam bentuk ceramah, pengajian, dan pendidikan langsung kepada santri. Namun seiring berkembangnya zaman, ada kebutuhan untuk mengembangkan media dakwah yang lebih modern dan relevan. Hal ini dibuktikan dengan hadirnya inovasi dakwah melalui channel YouTube SirbinTV yang dikelola oleh tim media SirbinTV pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo, Tanggungharjo, Grobogan.

Pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo merupakan salah satu pondok yang mengalami kemajuan signifikan diantara pondok pesantren lainnya

yang ada di desa Brabo, Tanggunharjo, Grobogan. Pondok yang berdiri sejak tahun 1941, yang didirikan oleh Kyai Syamsuri dan kemudian dilanjutkan oleh Drs. KH. A. Baedlowi Syamsuri, Lc. Kemudian setelah KH. A. Baedlowi Syamsuri wafat, dilanjutkan oleh Hj. Maemunah Baedlowi Syamsuri selaku istri dari beliau dengan dibantu putra pertama beliau yaitu H. M. Shofi al-Mubarak Baedlowi (Asep, 2022). Pondok pesantren Sirojuth Tholibin sebagai salah satu lembaga pendidikan islam yang melek digital. salah satu inovasi yang dilakukan adalah melalui pembuatan dan pengelolaan channel YouTube SirbinTV sebagai sarana untuk memberikan informasi, pendidikan, dan dakwah yang dapat diakses oleh masyarakat umum, khususnya walisantri.

Tim media SirbinTV telah menjalankan pengelolaan channel YouTube SirbinTV sejak tahun 2016. Akun YouTube SirbinTV saat ini memiliki 17,1 ribu *subscriber* dan telah mengunggah 694 video. Penanggung jawab akun media sosial pondok pesantren Sirojuth Tholibin sendiri yaitu KH. H. A. Mu'tamir Hilmy Mujtaba dan Ibu Nyai Hanna Fitria Tsaqofa Mujtaba. Pondok pesantren dengan jumlah santri yang banyak, dan media sosial sebagai salah satu sarana informasi dan komunikasi yang dapat dijangkau masyarakat luas. oleh sebab itu, tim media SirbinTV memiliki tantangan tersendiri dalam mengelola channel YouTube dengan berbagai macam keterbatasan dan kendala.

Selain menjadi sarana informasi dan komunikasi, perkembangan teknologi pada dunia pesantren juga menjadi wadah baru dalam ajang kreativitas untuk memanfaatkan dan mengelola media sosial khususnya pada YouTube yang dimiliki oleh pondok pesantren. Pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo digunakan sebagai platform untuk menayangkan berbagai konten video seperti kajian islam, *streaming* kegiatan pondok pesantren, informasi dari pondok pesantren yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas khususnya walisantri dan lain sebagainya.

Tidak semua pondok pesantren memanfaatkan YouTube sebagai media untuk menyebarkan dakwah, meskipun platform digital ini memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih mudah. Namun, SirbinTV telah mengambil langkah inovatif dengan memanfaatkan YouTube sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Salah satu bentuk inovasi yang dilakukan oleh SirbinTV adalah dengan mengemas pesan-pesan dakwah dalam bentuk video pendek yang mudah dicerna dan lebih menarik bagi audiens, khususnya generasi muda yang lebih cenderung tertarik dengan konten yang cepat dan padat informasi.

Dengan mengunggah video pendek, SirbinTV mampu menarik perhatian lebih banyak *viewers*, karena video dengan durasi yang singkat lebih mudah untuk dikonsumsi, dibagikan, dan lebih sesuai dengan kebiasaan masyarakat yang semakin terbiasa dengan konsumsi konten secara cepat melalui perangkat digital. Hal ini memungkinkan SirbinTV untuk menyampaikan pesan dakwah yang bermakna dalam format yang lebih dinamis dan relevan dengan kebutuhan audiens masa kini, sekaligus menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dari penonton. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi agama secara efektif, tetapi juga memanfaatkan perkembangan tren digital dan kebiasaan audiens dalam mengonsumsi konten untuk membuat dakwah lebih mudah diakses dan lebih menarik bagi khalayak luas.

Semakin canggihnya teknologi informasi saat ini, dapat memberikan inovasi-inovasi baru yang dapat memudahkan masyarakat luas khususnya walisantri. Channel YouTube SirbinTV pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo ini sebagai sarana media dakwah, terutama dalam aspek keagamaan, dan pendidikan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana inovasi channel YouTube SirbinTV dengan berbagai konten yang diunggah oleh tim media SirbinTV sebagai sarana media informasi dan dakwah. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti dengan judul Inovasi Channel

YouTube Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo (Studi Channel YouTube @SirbinTV).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah yaitu bagaimana inovasi channel YouTube SirbinTV di pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui inovasi channel YouTube SirbinTV di pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi penggiat channel YouTube, khususnya bagi pondok pesantren dalam mengelola media pondok pesantren.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi akademisi, praktisi, dan kepada pembaca pada umumnya. Dapat memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan dapat memberikan gambaran mengenai inovasi dalam mengelola media di pondok pesantren.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam melakukan penelitian, penulis harus mengkaji kepustakaan yang terkait dalam penelitian-penelitian terdahulu, tujuannya agar terhindar dari kesamaan penelitian yang akan penulis lakukan serta terhindarnya dari plagiarisme. Oleh karena itu, berikut ini beberapa kajian pustaka dalam penelitian terdahulu diantaranya :

Pertama, Skripsi Gyta Rastika Dhela pada tahun 2024 yang berjudul “Penggunaan Media Sosial YouTube Sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan” Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Tujuan dari penelitian ini ada dua, yang pertama adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020-2021, yang kedua untuk mengetahui apa saja motif penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020-2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif menggambarkan fenomena atau kenyataan yang ada, dan memperhatikan kualitas, karakteristik, dan keterkaitan antar kegiatan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan mahasiswa KPI angkatan 2020-2021 sudah menggunakan *YouTube Channel* masing-masing, namun sebagian besar konten dakwah tersebut merupakan kebutuhan tugas kuliah yang apabila tugas tersebut dipenuhi, konten dakwah yang sudah ada tidak dilanjutkan, kemudian motif yang mendasari penggunaan YouTube dalam berdakwah yaitu motif kebutuhan mahasiswa, motif jumlah penonton dan *subscriber*, dan motif hiburan.

Kedua, Skripsi Naufal Tsabitulazmi pada tahun 2023 yang berjudul “YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Ribath Nurul Hidayah Bedug Pangkah Tegal)” Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis isi akun YouTube di Channel pondok pesantren Ribath Nurul Hidayah Bedug Pangkah Tegal dan Menganalisis fungsi media Youtube pondok pesantren Ribath Nurul Hidayah Bedug Pangkah Tegal. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, Jenis pendekatannya *content analysis* (analisis isi). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pondok pesantren Ribath Nurul Hidayah dapat memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah, dengan video unggahan yang berisi tentang Manajemen Qolbu, Keshalehan Sosial dan Keshalehan Individu. Fungsi media Youtube bagi Pondok Pesantren Ribath Nurul Hidayah memiliki 4 fungsi yaitu Edukasi, Dokumentasi, Persuasi dan Kontrol Sosial.

Ketiga, Skripsi Nur Intan Najwa Imran pada tahun 2023 yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Pondok Pesantren Nurul Haramain Nw Narmada Lombok Barat” Universitas Islam Negeri Mataram Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk media sosial sebagai sarana dakwah di pondok pesantren Nurul Harmaian Nw Narmada Kabupaten Lombok Barat dan untuk mengetahui isi pesan dakwah media sosial pondok pesantren Nurul Haramain Nw Narmada Lombok Barat. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian adalah bentuk pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh pondok pesantren Nurul Haramain yaitu Facebook, YouTube dan Instagram.

Keempat, Skripsi Nur Arizka pada tahun 2024 yang berjudul “Strategi Pengelolaan *Channel YouTube* Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber” Institut Agama Islam Negeri Parepare. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja konten yang ada dalam *channel YouTube* Tribun PSM Makassar dan mengetahui strategi pengelolaan *channel YouTube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara, dan data sekunder berupa hasil dokumentasi dari YouTube Tribun PSM Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten-konten yang ada pada *channel YouTube* Tribun PSM Makassar mencakup berbagai aspek klub, mulai dari profil individu pemain, pertandingan liga domestik, kompetisi internasional,

hingga berita transfer pemain dan metode pengelolaan channel YouTube Tribun PSM Makassar menerapkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan *subscriber*.

Kelima, Skripsi Husnul Khatimah tahun 2022 dengan judul “Peran *Channel YouTube* sebagai Media Promosi (Studi tentang channel Perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia *official*” Universitas Muslim Indonesia. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode admin memperkenalkan konten-konten YouTube Perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia di channel PUBA UMI official sebagai media promosi dan bagaimana peran konten YouTube perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia di channel PUBA UMI official sebagai media promosi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa metode admin memperkenalkan konten YouTube di channel Perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia official sebagai media promosi dilakukan dengan beberapa macam metode yang salah satunya yaitu membuat konten semenarik mungkin dan menyebarkan konten ke beberapa media sosial guna untuk meningkatkan jumlah *viewrs dan subscriber*.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus keduanya yang sama-sama membahas tentang media sosial YouTube, namun perbedaannya terletak pada pendekatan analisis yang digunakan. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada aspek penggunaan, pemanfaatan, dan peran YouTube, sementara penelitian ini lebih fokus pada inovasi yang diterapkan dalam platform YouTube, seperti pengembangan konsep, strategi, dan konten yang terus diperbarui untuk menjaga daya tarik dan relevansinya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pembaruan dalam penelitian ini berfokus pada pondok pesantren yang menggunakan media digital, khususnya video pendek di YouTube, untuk menyampaikan dakwah dan informasi dengan cara yang lebih kreatif dan inovatif. Tujuan dari pendekatan ini adalah agar pesan yang disampaikan lebih menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, terutama generasi muda yang lebih menyukai konten singkat dan ringan. Video pendek ini dirancang dengan teknik editing yang menarik, seperti penambahan efek visual, musik latar, dan gaya penyampaian yang lebih santai dan interaktif. Hal ini bertujuan agar dakwah tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam. Dengan pendekatan ini, dakwah bisa menjangkau audiens lebih luas dan dapat diakses kapan saja melalui platform digital seperti media sosial, yang memudahkan pesan Islam tersebar secara lebih efektif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini juga memberikan peluang bagi dai dan kreator konten untuk terus mengembangkan ide-ide dakwah yang menarik sekaligus tetap menjaga esensi ajaran Islam.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah metode ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan manfaat. Penulis menggunakan penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang mengedepankan pengamatan pada kondisi alamiah di lapangan (berbeda dengan eksperimen) dan dimana peneliti adalah sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2020). Prosedur penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus. Menurut Creswell, penelitian studi kasus adalah strategi penelitian di mana peneliti mengeksplorasi secara mendalam suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau satu atau lebih individu (Stadlander, 2009).

Studi Kasus dalam penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam tentang inovasi channel YouTube di pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo yang dilakukan oleh SirbinTV.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan mengenai variabel yang mendefinisikan dengan jelas dan singkat batasan suatu konsep dalam sebuah penelitian, sehingga mempermudah peneliti dalam menerapkan konsep tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana inovasi channel YouTube SirbinTV di pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo sebagai sarana media dakwah, dengan berbagai macam tantangan atau kendala yang ada, namun channel YouTube SirbinTV tetap konsisten dalam mengunggah konten-konten dakwah dan lain sebagainya semenarik mungkin.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Exponential Organizations* (ExO) yang dikembangkan oleh Salim Ismail dkk pada tahun 2014 *Exponential Organizations*. Teori ini menggambarkan bagaimana organisasi modern dapat tumbuh secara eksponensial dengan memanfaatkan teknologi, inovasi, dan pendekatan baru untuk mengelola sumber daya. ExO berfokus pada elemen-elemen kunci seperti MTP (*Massive Transformation Purpose*) dan atribut yang dikenal sebagai SCALE (*Staff on demand, Community & Crowd, Algorithms, Leveraged Assets, Engagement*) serta IDEAS (*Interfaces, Dashboards, Experimentation, Autonomy, Social*).

Pada bagian MTP (*Massive Transformative Purpose*), peneliti ingin meneliti channel YouTube SirbinTV sebagai platform digital inovatif dalam menyebarkan nilai-nilai pesantren Sirojuth Tholibin secara kreatif, guna membangun generasi yang berwawasan luas, religius, dan relevan dengan tantangan era digital sesuai dengan visi pesantren. Selanjutnya pada bagian SCALE, peneliti ingin meneliti bagaimana channel YouTube

SirbinTV menerapkan konsep SCALE dengan memanfaatkan staff sesuai kebutuhan, komunitas, algoritma YouTube, aset yang tersedia, dan keterlibatan audiens untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan dampak kontennya. Pada bagian IDEAS, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana channel YouTube SirbinTV mengimplementasikan elemen-elemen seperti antarmuka digital, dasbor analitik, eksperimen konten, tonomi tim kreatif, dan aspek sosial untuk meningkatkan kualitas dan interaksi dengan audiens.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian. Sumber data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data primer berasal dari tim SirbinTV yang terdiri dari koordinator, editor, dan kameramen.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pendukung yang berupa literatur, buku-buku harian dan data dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Data ini dapat diperoleh melalui informan-informan yang mengetahui subjek penelitian secara baik dan bersedia memberikan tambahan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Moleong, 2009). Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berasal dari buku majalah gema pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang sangat strategis dalam penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap fakta-fakta yang dibutuhkan oleh peneliti. Observasi adalah dasar ilmu

pengetahuan, karena para ilmuwan bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang dihasilkan melalui kegiatan observasi (Rifa'i Abubakar 2021). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara observasi nonpartisipan yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dengan kehidupan dan aktivitas orang yang diamatinya, yaitu peneliti tidak ikut secara langsung dalam proses inovasi konten dan kinerja tim media dalam mengelola channel YouTube SirbinTV.

ngetahui inovasi channel YouTube SirbinTV yang dilakukan oleh tim media pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo. Observasi yang dilakukan dalam pendekatan studi kasus pada channel YouTube SirbinTV meliputi analisis inovasi konten, seperti penggunaan visual kreatif, gaya narasi, dan tema yang relevan dengan dakwah pesantren. Selain itu, studi juga meneliti strategi produksi, termasuk peran tim, peralatan yang digunakan, serta konsistensi jadwal unggah. Respon audiens menjadi fokus lain dengan menganalisis *engagement* melalui komentar, jumlah tayangan, serta interaksi lainnya untuk memahami efektivitas pendekatan inovatif dalam menyampaikan dakwah secara kreatif.

b. Wawancara

Metode ini merujuk pada cara di mana peneliti mengumpulkan informasi melalui proses wawancara dengan partisipan atau informan, menggunakan berbagai jenis pertanyaan, baik yang telah disiapkan sebelumnya maupun yang tidak terstruktur. Secara umum, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi dari sumber data langsung melalui dialog atau tanya jawab. Dalam konteks penelitian kualitatif, wawancara cenderung bersifat mendalam

karena bertujuan untuk mengeksplorasi informasi secara holistik dan mendetail dari informan (Agus Triyono 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dengan menggunakan pertanyaan atau pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai tim media SirbinTV yang terdiri dari koordinator media, editor, dan kameramen.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis dapat berupa arsip, catatan harian, autobiografi, memorial, kumpulan surat pribadi, kliping dan sebagainya. Sementara dokumen terekam dapat berupa film, kaset, rekaman, mikrofilm, foto, dan sebagainya (Rahmadi 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dokumentasi dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen dan arsip yang ada kaitannya dengan inovasi channel YouTube, dalam hal ini dokumentasi yang dilakukan dapat berupa foto, catatan, atau karya-karya dari majalah gema pondok pesantren SirojuthTholibin yang dapat digunakan untuk menggali informasi tentang inovasi channel YouTube SirbinTV pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo sebagai sarana media informasi dan dakwah. Selain itu data diperkuat dengan dokumentasi foto bersama tim media yang sedang di wawancara oleh peneliti.

5. TEKNIK ANALISIS DATA

Bogdan menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh

dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami (Fattah, 2023).

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yaitu :

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya tentu cukup banyak dan dalam bentuk yang tidak seajeg data kuantitatif. Oleh karena itu dapat dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan.

Pada penelitian ini, reduksi data yang dimaksud yaitu pengerucutan data. Data yang peneliti ambil berupa hasil wawancara yang diajukan kepada tim media SirbinTV yang terdiri dari koordinator, editor, dan kameramen.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah direduksi, maka tahap selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data agar memiliki vasilitas yang lebih jelas. Penyajian data yang dimaksud disini dapat sesederhana tabel dengan format yang rapi, grafik, chart, piktogram, dan sejenisnya.

Pada penelitian ini, penyajian data yang di maksud yaitu hasil dari wawancara peneliti yang disusun dalam bentuk deskriptif dengan menyesuaikan teori dan analisis yang peneliti gunakan.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan akan, berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila bukti yang valid dan

konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Hardani, 2020).

Pada penelitian ini, Simpulan penelitian merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi dan gambaran yang semula tidak jelas menjadi jelas untuk mengetahui inovasi channel YouTube yang dilakukan oleh tim SirbinTV pondok Pesantren Sirojuth Thlibin Brabo.

BAB II

INOVASI DAN YOUTUBE

A. Inovasi

1. Pengertian Inovasi

Inovasi atau innovation berasal dari kata to *innovate*, yang berarti membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru dalam suatu sistem, proses, atau cara kerja. Inovasi sering kali dikaitkan dengan pembaruan atau pengembangan, namun terkadang orang salah mengartikan inovasi sebagai penemuan semata. Padahal, inovasi memiliki makna yang lebih luas dibandingkan penemuan dalam arti discovery maupun invention (invensi). Jika discovery mengacu pada penemuan sesuatu yang sudah ada di alam tetapi belum diketahui sebelumnya, seperti penemuan gravitasi oleh Newton, dan invention berarti menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, seperti lampu pijar oleh Thomas Edison, maka inovasi mencakup keduanya, tetapi dengan tujuan untuk memberikan manfaat praktis yang dapat menyelesaikan masalah atau meningkatkan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari.

Inovasi tidak hanya berhenti pada menemukan atau menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga berfokus pada bagaimana hal tersebut dapat diterapkan dan digunakan oleh individu atau kelompok tertentu untuk mencapai tujuan tertentu atau memecahkan masalah spesifik. Sebagai contoh, inovasi tidak hanya soal menciptakan teknologi baru seperti smartphone, tetapi juga bagaimana smartphone tersebut dikembangkan dengan fitur-fitur tertentu agar lebih mudah digunakan dan lebih relevan bagi kebutuhan pengguna. Dengan kata lain, inovasi tidak hanya menekankan aspek “baru” tetapi juga aspek “berguna” dan “bermanfaat” dalam penerapannya.

Dengan demikian, inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena mampu mendorong kemajuan di berbagai aspek. Di dalam inovasi, terkandung elemen discovery (penemuan sesuatu yang sudah ada tetapi belum diketahui atau dimanfaatkan) dan invention (penciptaan sesuatu yang benar-benar baru), yang kemudian diintegrasikan untuk memberikan manfaat praktis yang nyata. Melalui inovasi, manusia tidak hanya menemukan atau menciptakan sesuatu, tetapi juga mengaplikasikannya untuk menciptakan perubahan yang positif dan memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan. (Suyatno, 2010).

Inovasi sering kali lahir dari pengamatan terhadap kebutuhan masyarakat, masalah yang belum terpecahkan, atau keinginan untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya. Yang menarik dari inovasi adalah sifatnya yang terus berkembang dan dinamis. Hal baru yang hari ini dianggap inovatif bisa saja menjadi hal biasa di masa depan karena kebutuhan dan ekspektasi manusia terus berubah. Oleh karena itu, inovasi tidak hanya berhenti pada satu titik, tetapi harus terus diperbarui agar tetap relevan. Misalnya, produk atau ide yang dulunya menarik mungkin perlu ditingkatkan lagi agar lebih sesuai dengan perkembangan teknologi atau gaya hidup masyarakat.

Dengan demikian, inovasi adalah sebuah perjalanan tanpa akhir yang bertujuan untuk menciptakan perubahan, memperbaiki yang kurang, atau menghadirkan sesuatu yang benar-benar baru. Harapannya, setiap inovasi yang diciptakan dapat memberikan dampak positif, tidak hanya bagi individu atau kelompok tertentu, tetapi juga bagi masyarakat secara luas. (Batoebara, 2021).

Inovasi sering dikaitkan dengan perubahan, tetapi tidak setiap perubahan dapat dikategorikan sebagai inovasi. Menurut Rogers, inovasi adalah suatu gagasan, praktik, atau objek benda yang dipandang baru oleh seseorang atau kelompok atau kelompok adopter lain. Kata baru bersifat

sangat relatif, bisa karena seseorang baru mengetahui, atau bisa juga karena baru mau menerima meskipun sudah lama tahu. Inovasi ini harus merupakan hasil pemikiran yang original, kreatif, dan tidak konvensional. Penerapannya harus praktis dan di dalamnya terdapat unsur-unsur kenyamanan dan kemudahan. Sejatinya, suatu inovasi adalah sebagai alternatif pemecahan masalah, maka langkah pertama pengembangan suatu inovasi diawali dengan pengenalan terhadap masalah (Muntaha and Amin, 2023).

2. Teori *Exponential Organization* (ExO)

1. Pengertian *Exponential Organization* (ExO)

Exponential Organization (ExO) adalah konsep organisasi yang dapat tumbuh dengan sangat cepat, jauh lebih cepat daripada organisasi tradisional. Organisasi ini mampu mencapai pertumbuhan eksponensial, yaitu tumbuh dengan skala besar dalam waktu yang relatif singkat. Keberhasilan ExO terletak pada kemampuannya memanfaatkan teknologi terbaru dan pendekatan inovatif dalam mengelola sumber daya. Dibandingkan dengan organisasi yang tumbuh secara linier, ExO mengoptimalkan penggunaan teknologi, data besar, dan algoritma untuk mempercepat operasional, pengambilan keputusan, dan inovasi. Organisasi ini juga cenderung tidak bergantung hanya pada sumber daya internalnya, tetapi lebih pada pemanfaatan sumber daya eksternal yang tersedia, seperti komunitas dan crowd sourcing, yang memungkinkan mereka untuk beroperasi lebih efisien.

Salah satu elemen kunci dari ExO adalah MTP (*Massive Transformative Purpose*), yang menjadi tujuan besar yang menginspirasi organisasi untuk mencapai perubahan signifikan dan berdampak luas. MTP ini memberikan arah yang jelas bagi organisasi dan membantu mereka tetap fokus pada pencapaian tujuan besar yang bermanfaat bagi banyak orang, bukan hanya untuk keuntungan

organisasi itu sendiri. MTP juga memotivasi tim dan audiens untuk bergabung dalam visi bersama, menciptakan dampak yang jauh lebih besar.

ExO juga mengadopsi model operasional yang sangat fleksibel, yang memungkinkan tim untuk memiliki otonomi lebih besar dalam mengambil keputusan dan berinovasi. Tanpa bergantung pada struktur hierarki yang kaku, tim dapat beradaptasi dan berinovasi dengan cepat. Selain itu, ExO memanfaatkan aset yang dapat dipinjam atau disewa (seperti platform digital atau infrastruktur berbasis cloud) daripada menginvestasikan banyak uang untuk memiliki aset tetap. Ini memungkinkan organisasi untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.

Untuk mendukung pertumbuhannya, ExO juga memanfaatkan SCALE (*Staff on demand, Community & Crowd, Algorithms, Leveraged Assets, Engagement*), yang membantu mereka mengelola sumber daya lebih fleksibel dan efisien. Misalnya, mereka dapat memanfaatkan tenaga kerja yang sesuai kebutuhan, berkolaborasi dengan komunitas, menggunakan algoritma untuk analisis data, dan memanfaatkan aset yang tersedia tanpa harus memilikinya langsung. Di sisi lain, IDEAS (*Interfaces, Dashboards, Experimentation, Autonomy, Social*) menjadi faktor yang mendukung sistem internal organisasi, memastikan mereka terus berinovasi, bekerja secara lebih otonom, serta membangun hubungan sosial yang kuat dengan audiens dan komunitas.

Dengan semua elemen ini, ExO adalah model organisasi yang sangat relevan di era digital yang berkembang pesat, di mana teknologi dan perubahan pasar mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan dan bisnis. Organisasi yang mengadopsi model ini dapat dengan cepat beradaptasi, berinovasi, dan memanfaatkan peluang baru untuk terus tumbuh dan berkembang.

2. MTP (*Massive Transformative Purpose*)

MTP (*Massive Transformative Purpose*) adalah konsep yang diciptakan oleh Salim Ismail dalam bukunya *Exponential Organizations*, yang menggambarkan sebuah tujuan besar yang bukan hanya menginspirasi, tetapi juga mendorong setiap individu dalam sebuah organisasi untuk berkomitmen mencapai perubahan signifikan yang memiliki dampak luas dan berkelanjutan. Menurut Ismail, MTP bukanlah sekadar tujuan bisnis yang bersifat transaksional atau berfokus pada keuntungan finansial, melainkan lebih kepada misi yang memberikan nilai positif, tidak hanya untuk organisasi itu sendiri, tetapi juga untuk masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks ini, MTP berfungsi sebagai pendorong utama yang memungkinkan organisasi untuk berkembang secara eksponensial, yaitu tumbuh lebih cepat dan lebih besar dibandingkan dengan organisasi konvensional lainnya. Keunggulan dari MTP terletak pada kemampuannya untuk mengarahkan semua anggota organisasi menuju satu tujuan besar yang jelas, yang tidak hanya sekadar menjadi target finansial, tetapi sebuah misi yang dapat mengubah dunia atau memberikan dampak positif dalam kehidupan banyak orang.

MTP memiliki peran penting dalam menciptakan kesatuan dan semangat dalam organisasi. Ketika sebuah organisasi memiliki MTP yang kuat, maka seluruh sumber daya, baik itu manusia, teknologi, maupun ide, dapat difokuskan pada pencapaian tujuan besar tersebut. MTP menjadi daya tarik yang kuat untuk menarik individu-individu yang memiliki visi dan misi serupa, serta memotivasi mereka untuk bekerja sama mencapai tujuan yang lebih tinggi. Hal ini juga mendorong terjadinya inovasi dan kreativitas yang tidak terbatas, karena MTP memberikan ruang bagi organisasi untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan berinovasi tanpa terbatas pada prinsip

bisnis konvensional. Dengan adanya MTP, organisasi akan lebih mampu bertransformasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dunia yang semakin dinamis, serta lebih tangguh dalam menghadapi tantangan yang muncul.

Dalam konteks ini, MTP juga berfungsi sebagai pemersatu dalam organisasi, mengingat tujuan besar yang diusung akan menjadi pedoman dan arah bagi setiap individu yang terlibat dalam organisasi tersebut. Selain itu, MTP bukan hanya berfokus pada keuntungan finansial atau pertumbuhan ekonomi semata, tetapi lebih kepada pencapaian dampak sosial yang lebih besar, seperti menciptakan perubahan positif dalam kehidupan masyarakat, meningkatkan kualitas hidup, atau menciptakan solusi bagi masalah-masalah global yang dihadapi dunia. Oleh karena itu, MTP dapat dianggap sebagai elemen vital yang menggerakkan seluruh ekosistem organisasi menuju tujuan yang lebih luhur dan bermanfaat bagi umat manusia secara keseluruhan.

Dalam konteks penelitian ini, MTP dapat diterapkan pada Sirbintv, sebuah channel YouTube yang berfokus pada penyebaran nilai-nilai pesantren dalam dunia digital. Sirbintv memiliki potensi besar untuk mengembangkan MTP yang dapat menginspirasi dan memotivasi seluruh tim yang terlibat untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan yang lebih besar, yakni menyebarkan nilai-nilai pesantren yang bermanfaat bagi masyarakat luas, dengan cara yang kreatif dan relevan dengan perkembangan teknologi dan media digital saat ini. MTP yang tepat akan membantu Sirbintv tidak hanya berfokus pada pengembangan konten yang menarik, tetapi juga pada penyebaran pesan moral dan spiritual yang dapat membentuk karakter masyarakat, terutama generasi muda yang semakin terpapar dengan dunia digital.

Dengan MTP yang jelas dan menginspirasi, Sirbintv dapat menciptakan tujuan besar yang melibatkan penggabungan antara nilai-

nilai pesantren dengan inovasi teknologi untuk menyebarkan dakwah yang lebih luas dan menyentuh berbagai kalangan. Tujuan ini akan memberikan arah yang lebih jelas bagi tim Sirbintv untuk terus berkembang, berinovasi, dan menciptakan konten-konten yang tidak hanya sekadar informatif, tetapi juga edukatif dan inspiratif. MTP ini tidak hanya akan memotivasi para pengelola Sirbintv untuk meningkatkan kualitas tayangan, tetapi juga menarik perhatian audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin belum memiliki kedekatan dengan dunia pesantren.

Lebih jauh lagi, MTP Sirbintv dapat mendorong perubahan signifikan dalam cara pesantren berinteraksi dengan dunia luar, menjadikannya lebih terbuka dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam dunia yang semakin terhubung melalui internet, pesantren memiliki kesempatan besar untuk memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan nilai-nilai spiritual dan sosial yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat global. MTP yang kuat dapat menjadi pendorong bagi Sirbintv untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan atau popularitas semata, tetapi untuk menjadi kekuatan yang membawa perubahan besar, menciptakan masyarakat yang lebih terbuka, inovatif, dan berwawasan luas. Dengan cara ini, Sirbintv tidak hanya berfungsi sebagai channel YouTube, tetapi sebagai agen perubahan yang membawa misi mulia, menjembatani dunia pesantren dengan masyarakat digital yang terus berkembang.

3. SCALE dan IDEAS

SCALE adalah akronim yang merujuk pada lima karakteristik utama yang mendefinisikan Organisasi Eksponensial (*Exponential Organizations*) seperti yang dijelaskan dalam buku *Exponential Organizations* oleh Salim Ismail. Organisasi yang menerapkan prinsip SCALE dapat berkembang dengan sangat cepat, efisien, dan

berkelanjutan berkat pemanfaatan teknologi dan model bisnis yang inovatif. Berikut adalah penjelasan dari setiap elemen dalam akronim SCALE:

a. *Staff on Demand* (Staf Sesuai Permintaan)

Organisasi tidak selalu membutuhkan staf tetap dalam jumlah besar. Mereka memanfaatkan tenaga kerja eksternal atau pekerja lepas yang dapat bekerja sesuai kebutuhan, memungkinkan fleksibilitas dan penghematan biaya.

b. *Community & Crowd* (Komunitas & Kerumunan)

Organisasi membangun dan melibatkan komunitas atau kerumunan (crowd) yang dapat berkontribusi dalam berbagai aspek, seperti pengembangan produk, ide, atau pemasaran. Ini memungkinkan kolaborasi luas tanpa batasan fisik.

c. *Algorithms* (Algoritma)

Organisasi Eksponensial mengandalkan algoritma dan teknologi untuk mengoptimalkan operasional dan pengambilan keputusan. Algoritma digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan menganalisis data dalam waktu nyata.

d. *Leveraged Assets* (Aset yang Dimanfaatkan)

Organisasi ini memanfaatkan aset yang tidak dimiliki langsung, seperti ruang kerja bersama (co-working space) atau platform digital, untuk meningkatkan produktivitas tanpa perlu mengeluarkan biaya besar untuk memiliki aset fisik.

e. *Engagement* (Keterlibatan)

Organisasi Eksponensial sangat fokus pada keterlibatan audiens atau pelanggan. Mereka menciptakan pengalaman yang menarik dan berinteraksi dengan audiens melalui berbagai saluran untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan loyalitas (Ismail et al., 2014).

Secara keseluruhan, konsep SCALE menggambarkan berbagai cara inovatif yang dapat diterapkan oleh organisasi untuk memanfaatkan sumber daya eksternal dan teknologi guna berkembang dengan cepat, efisien, dan berkelanjutan, serta mencapai dampak yang signifikan dalam jangka panjang. Konsep ini menggabungkan berbagai elemen yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan suatu organisasi, seperti pemanfaatan staf yang terampil dan terorganisir dengan baik, kolaborasi dengan berbagai komunitas dan mitra eksternal, serta penggunaan teknologi dan platform digital secara maksimal untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dalam konteks pengelolaan channel YouTube Sirbintv, penerapan prinsip SCALE sangat krusial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan pengaruh dalam dunia pesantren dan keagamaan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, pertama-tama Sirbintv dapat mengoptimalkan sumber daya manusia yang dimiliki dengan memastikan staf yang terlibat bekerja sesuai dengan keahlian dan kebutuhan konten yang akan disajikan. Hal ini akan menciptakan efisiensi operasional, di mana setiap individu dapat memberikan kontribusi maksimal tanpa adanya pemborosan waktu dan sumber daya. Selain itu, membangun kolaborasi dengan komunitas-komunitas lain yang memiliki visi dan misi yang serupa akan sangat membantu dalam menciptakan konten yang lebih relevan dan bermakna, yang tentunya dapat menarik perhatian audiens yang lebih besar. Kolaborasi semacam ini juga membuka peluang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman, yang pada gilirannya akan memperkaya kualitas konten yang dihasilkan.

Selanjutnya, penggunaan algoritma YouTube yang tepat sangat penting untuk memaksimalkan visibilitas channel. Dengan memahami cara kerja algoritma, Sirbintv dapat memastikan bahwa konten yang

diproduksi dapat ditemukan oleh audiens yang tepat dan mendapatkan perhatian yang lebih luas. Ini melibatkan teknik SEO (Search Engine Optimization) yang efektif, penggunaan kata kunci yang relevan, serta pengoptimalan metadata yang ada pada setiap video. Selain itu, konsistensi dalam menghasilkan konten berkualitas dan meningkatkan keterlibatan audiens juga menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian algoritma YouTube, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah penonton dan *subscriber* secara signifikan.

Namun, pengembangan jangkauan yang lebih luas juga tidak terlepas dari pentingnya keterlibatan audiens yang intensif. Dengan menciptakan interaksi yang lebih personal dan konsisten dengan penonton, Sirbintv dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens. Hal ini dapat dilakukan dengan merespons komentar, meminta masukan, atau bahkan mengadakan sesi tanya jawab langsung yang dapat meningkatkan kedekatan dan kepercayaan audiens. Ketika audiens merasa terlibat dan dihargai, mereka lebih cenderung untuk kembali menonton dan menyebarkan konten kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan pengaruh channel tersebut.

Dengan menggabungkan berbagai strategi yang terintegrasi dalam konsep SCALE, Sirbintv dapat tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga meningkatkan dampak positif dari setiap konten yang disajikan. Melalui pendekatan yang kreatif dan inovatif ini, Sirbintv dapat menjadi sumber informasi yang lebih kuat dan lebih mempengaruhi dunia pesantren, serta memberikan kontribusi yang lebih besar bagi masyarakat luas. Selain itu, channel ini juga bisa menerapkan IDEAS dengan memanfaatkan antarmuka digital, dasbor analitik untuk memantau performa konten, eksperimen dengan berbagai format konten, memberikan otonomi bagi tim kreatif, serta memperkuat

interaksi sosial dengan audiens untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan berdampak. IDEAS adalah elemen penting dalam teori Exponential Organizations (ExO) yang membantu organisasi mengelola dan mempercepat inovasi, serta mendukung pertumbuhannya. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing elemen IDEAS:

a. *Interfaces* (Antarmuka)

Antarmuka merujuk pada cara organisasi berinteraksi dengan pengguna atau audiensnya. Dalam konteks digital, ini bisa mencakup situs web, aplikasi, atau platform media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyampaikan konten. Antarmuka yang efektif memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan organisasi, serta memberikan pengalaman yang menyenangkan dan efisien.

b. *Dashboards* (Dasbor)

Dasbor adalah alat yang digunakan untuk memantau kinerja dan hasil secara real-time. Di dunia digital, ini bisa merujuk pada analitik dan data yang menggambarkan performa konten atau produk. Dengan menggunakan dasbor, organisasi bisa membuat keputusan yang lebih tepat dan cepat berdasarkan data yang tersedia, misalnya memantau metrik seperti jumlah penonton atau interaksi audiens di platform seperti YouTube.

c. *Experimentation* (Eksperimen)

Eksperimen adalah pendekatan untuk terus mencoba hal-hal baru, melakukan pengujian, dan mencari cara-cara inovatif untuk meningkatkan produk atau layanan. Organisasi yang menerapkan eksperimen akan selalu menguji ide-ide baru, mengadaptasi strategi, dan merespons perubahan dengan cepat, memungkinkan mereka untuk berinovasi secara terus-menerus.

d. *Autonomy* (Otonomi)

Otonomi merujuk pada kebebasan yang diberikan kepada individu atau tim untuk membuat keputusan secara mandiri. Dalam organisasi eksponensial, anggota tim sering diberi kebebasan untuk mengelola proyek mereka sendiri tanpa banyak intervensi dari hierarki yang lebih tinggi. Ini mendorong kreativitas, inovasi, dan respons yang lebih cepat terhadap tantangan yang ada.

e. *Social* (Sosial)

Elemen sosial berkaitan dengan penciptaan hubungan dan keterlibatan dengan audiens, komunitas, atau pelanggan. Ini mencakup membangun hubungan yang kuat melalui interaksi sosial di media sosial, forum, atau platform komunitas. Organisasi yang berhasil mengelola elemen sosial dapat memperluas jaringan mereka, meningkatkan loyalitas audiens, dan menciptakan peluang kolaborasi yang lebih besar (Ismail et al., 2014).

Secara keseluruhan, Secara keseluruhan, konsep IDEAS memberikan panduan yang berguna bagi organisasi untuk tetap fleksibel, inovatif, dan relevan dalam menghadapi perubahan zaman yang semakin cepat dan dinamis. Dengan memanfaatkan teknologi dan strategi yang tepat, IDEAS memungkinkan organisasi untuk mengelola sumber daya mereka dengan lebih efisien, serta mengoptimalkan setiap potensi yang ada untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di era digital.

Di dalam konteks organisasi yang bergerak di dunia digital, seperti channel YouTube atau platform online lainnya, IDEAS memberikan pendekatan yang sistematis untuk mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi terbaru, serta untuk merancang strategi yang mendukung

perkembangan yang berkelanjutan. Salah satu elemen utama dalam IDEAS adalah pentingnya fleksibilitas, yang memungkinkan organisasi untuk dengan cepat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar dan preferensi audiens. Fleksibilitas ini juga mencakup kemampuan untuk merespons dengan cepat terhadap tren digital, perubahan algoritma di platform seperti YouTube, dan perkembangan teknologi lainnya yang dapat mempengaruhi cara konten disampaikan dan dikonsumsi oleh audiens.

Inovasi menjadi aspek yang tidak kalah penting dalam pendekatan IDEAS. Organisasi yang dapat terus berinovasi akan memiliki kemampuan untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih relevan dan menarik, serta tetap terdepan dalam persaingan. Dalam konteks pengelolaan media digital, inovasi ini bisa tercermin dalam pembuatan konten yang lebih kreatif dan menarik, penggunaan teknik pemasaran digital yang lebih efektif, serta penerapan teknologi baru yang dapat meningkatkan pengalaman audiens.

Relevansi dalam konteks ini berarti bahwa organisasi harus selalu memahami dan mengantisipasi perubahan dalam kebutuhan audiens dan pasar. Dengan memahami perilaku audiens yang terus berkembang, organisasi dapat merancang konten atau layanan yang lebih tepat sasaran dan mampu menjawab kebutuhan mereka. Ini juga berkaitan dengan kemampuan untuk memanfaatkan analitik dan data secara lebih efektif untuk memahami preferensi audiens dan untuk menyesuaikan strategi konten yang disajikan.

Selain itu, pengelolaan sumber daya yang efisien merupakan salah satu kunci utama dalam IDEAS. Dengan memanfaatkan teknologi untuk mengotomatisasi berbagai proses dan sistem yang ada, organisasi dapat mengurangi pemborosan sumber daya, baik itu dalam hal waktu, biaya, maupun tenaga kerja. Penggunaan alat analitik yang canggih, platform manajemen proyek, atau teknologi berbasis cloud dapat memungkinkan tim

untuk bekerja lebih kolaboratif dan produktif, serta memaksimalkan hasil yang dicapai.

B. YouTube

YouTube merupakan media sosial yang digunakan untuk mengupload video, menonton berbagai video, dan juga bisa berbagi video yang dimana video itu bisa dilihat oleh semua orang (Setiadi, Azmi, and Indrawati 2019). Orang yang memprakarsai adalah mantan pegawai paypal pada tahun 2005 dengan tujuan agar pengguna media sosial dapat melakukan tindakan upload pada video yang dia inginkan. Pembentukannya dilakukan sejak tanggal 14 Februari pada tahun 2005 dengan posisi awal situs dipegang dengan independen yang pemiliknya ada tiga orang yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, sebelum pada akhirnya situs yang mereka buat dibeli oleh Google pada tahun 2006 (Warid Sitompul et al. 2022).

YouTube merupakan salah satu situs web yang banyak dikunjungi di dunia. YouTube menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video yang dibuat para pengguna YouTube sendiri. Selain sebagai sarana hiburan, YouTube juga salah satu situs yang dapat digunakan untuk memasarkan produk, misalnya dengan meng-*upload* video usaha kita secara gratis ke YouTube dan lain sebagainya. YouTube bersifat audio visual yang dapat memudahkan masyarakat untuk memahami informasi yang di dapatkan. Media YouTube mampu memberikan stimulus yang kuat untuk masyarakat, dengan YouTube masyarakat berhak memilih sajian dan tayangan mana yang mereka inginkan dan butuhkan (Julian dan Jazimatul 2017).

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. YouTube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan

kabel manapun di dunia (Fatty, Nadjib, and Andi, 2016). YouTube sebagai media komunikasi massa menyediakan beragam informasi dan berita yang dibutuhkan oleh setiap orang sehingga sekarang ini semua orang dipermudah dalam pencarian berita karena tidak perlu lagi jauh-jauh keluar rumah untuk membeli koran. Bukan hanya itu, YouTube juga sering dijadikan sebagai hiburan karena ada banyak jenis konten video yang menghibur (Tresia and Chontina, 2022).

Seperti yang dapat kita temukan, YouTube memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Hal ini menjadi popularitas YouTube menjadi lebih meningkat karena menamahi variasi pada setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh YouTube, membuat nilai tambah baik YouTube dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang hanya berdurasi sekitar 1 menit. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih YouTube sebagai medianya (Hamdan and Mahmudin, 2021).

Dalam perkembangannya YouTube terus memunculkan berbagai fitur baru yang membuat penggunaanya nyaman dan betah menggunakannya. Fitur-fitur tersebut adalah :

1. Anotasi (*Annotations*)

Anotasi adalah fitur yang sebelumnya digunakan di YouTube untuk menambahkan elemen interaktif pada video, seperti teks, tautan, atau catatan tertentu. Fitur ini bertujuan untuk memberikan informasi tambahan atau mendorong penonton mengambil tindakan tertentu, seperti berlangganan channel. Namun, fitur ini telah dihentikan sejak 2017 dan digantikan oleh Cards dan End Screens (Deluca and Bator, 2012).

2. Autoplay

Autoplay adalah fitur yang memungkinkan video berikutnya secara otomatis diputar setelah video yang sedang ditonton selesai. Fitur

ini dirancang untuk mempertahankan penonton tetap di platform dan membantu mereka menemukan konten serupa secara terus-menerus tanpa harus memilih secara manual.

3. Kecepatan video (*Playback speed*)

Kecepatan video adalah fitur yang memungkinkan pengguna mengontrol kecepatan pemutaran video, baik mempercepat hingga dua kali lipat (2x) atau memperlambat hingga seperempat kali lipat (0.25x). Fitur ini berguna untuk menyesuaikan pengalaman menonton, terutama ketika video membutuhkan perhatian lebih atau lebih cepat dipahami (Kaufman and Lane, 2017).

4. Subtitle

Subtitle adalah teks yang ditampilkan pada video, berfungsi sebagai terjemahan atau transkripsi dari dialog yang diucapkan. Subtitle dapat dibuat secara otomatis oleh YouTube atau ditambahkan secara manual oleh kreator untuk membantu audiens memahami konten, terutama yang berbeda bahasa atau memiliki gangguan pendengaran.

5. Download

Fitur download memungkinkan pengguna mengunduh video untuk ditonton secara offline. Biasanya tersedia melalui aplikasi YouTube pada perangkat mobile, fitur ini memberikan fleksibilitas bagi pengguna yang ingin menonton tanpa koneksi internet. Beberapa video mungkin tidak dapat diunduh tergantung izin dari kreator (Choi and Kim, 2018).

6. *Live streaming*

Live streaming adalah fitur yang memungkinkan kreator menyiarkan video secara langsung (real-time) kepada audiens mereka. Dengan fitur ini, kreator dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton melalui chat, menjawab pertanyaan, atau

mengadakan acara tertentu seperti pengajian, seminar, atau konser virtual. Menurut penelitian, live streaming di YouTube memungkinkan interaksi real-time antara kreator dan penonton melalui fitur live chat atau komentar, yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

7. YouTube *stories*

YouTube Stories adalah fitur yang memungkinkan kreator berbagi video pendek yang bersifat sementara dan akan hilang setelah 7 hari. Fitur ini cocok untuk konten yang bersifat kasual, seperti update harian atau promosi singkat kepada audiens, dan sering digunakan oleh kreator untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan subscriber.

8. YouTube Premium

YouTube Premium adalah layanan berlangganan berbayar yang memberikan pengalaman menonton bebas iklan, fitur mengunduh video untuk offline, akses ke konten eksklusif (*YouTube Originals*), dan kemampuan memutar video di latar belakang saat menggunakan aplikasi lain (Chunningham and Taylor, 2018).

9. *Share, like, coment and subscribe*

Fitur *share* yaitu fitur memungkinkan pengguna membagikan video ke platform lain, seperti media sosial, pesan instan, atau email, sehingga konten dapat menjangkau lebih banyak audiens. Fitur *like* merupakan fitur untuk menyukai video sebagai bentuk apresiasi kepada kreator. Selanjutnya fitur *coment* yaitu fitur yang memungkinkan pengguna memberikan tanggapan atau berdiskusi langsung dengan kreator dan audiens lain di bawah video. Fitur komentar pada YouTube memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan diskusi di antara komunitas penonton dan fitur *subscribe* yaitu fitur yang

memungkinkan pengguna mengikuti channel tertentu untuk mendapatkan notifikasi setiap kali channel tersebut mengunggah video baru.

Dari berbagai penjelasan diatas, bahwasannya pengertian YouTube secara umum adalah platform web yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, menonton, dan berbagi video dengan masyarakat umum. YouTube dianggap sebagai salah satu tempat terbaik di dunia untuk berbagi berbagai jenis video, seperti tutorial, berita, film, pendidikan, murottal, animasi, dan lainnya. Pertumbuhan yang pesat dalam penggunaan smartphome dan kemajuan jaringan internet telah menyebabkan peningkatan signifikan dalam variasi konten video yang tersedia di YouTube (Warid Sitompul et al. 2022).

BAB III

PONDOK PESANTREN SIROJUTH THOLIBIN BRABO DAN INOVASI CHANNEL YOUTUBE @SirbinTV

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo

1. Profil Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo

Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin, yang terletak di Desa Brabo, Kecamatan Tanggunharjo, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, adalah salah satu pondok pesantren yang memiliki sejarah panjang dan sangat dihormati dalam lingkungan Nahdlatul Ulama (NU). Didirikan pada tahun 1941 oleh Kyai Syamsuri Dahlan, pondok pesantren ini telah mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi jumlah santri, fasilitas, maupun pengajaran. Sejak awal berdirinya, pondok pesantren ini berlandaskan pada akidah Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah dan mengikuti madzhab Syafi'i, yang merupakan salah satu dari empat madzhab utama dalam fiqh Islam.

Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin pada mulanya tidak memiliki nama dan dikenal oleh masyarakat setempat sebagai Pondok Pesantren Brabo. Sebagai pendatang dari Desa Tlogogedong, Kecamatan Karangawen, Kabupaten Demak, Kyai Syamsuri Dahlan datang ke Desa Brabo atas desakan Simbah Idris, kakek dari Kyai Abdul Wahab Alm (pendiri Pondok Pesantren An-Nashriyyah). Dengan bantuan dan dukungan dari masyarakat setempat, Kyai Syamsuri mendirikan pesantren ini untuk mengajarkan ilmu agama kepada masyarakat sekitar. Awalnya, pesantren ini hanya menampung beberapa santri, dan pengajaran dilakukan dengan sistem sorogan dan bandongan, di mana santri belajar langsung dari guru dengan cara membaca kitab secara bergantian.

Pada suatu waktu, Kyai Syamsuri Dahlan merasa bahwa sebutan Pondok Pesantren Brabo kurang tepat, karena tidak mencerminkan tujuan utama pesantren tersebut. Maka, beliau memutuskan untuk memberikan

nama Sirojuth Tholibin yang dalam bahasa Arab berarti penerang orang-orang yang mencari ilmu. Nama ini dipilih untuk menggambarkan tujuan dari pesantren ini, yaitu agar setiap santri yang menuntut ilmu di pesantren ini memperoleh ilmu yang bermanfaat, berguna bagi agama, bangsa, dan negara, serta mendapat ridho Allah SWT. Nama ini juga diambil dari sebuah kitab yang sangat dihormati oleh Kyai Syamsuri, yaitu *Sirojuth Tholibin* karya KH. Ihsan Jampes, yang merupakan syarah dari kitab *Minhajul 'Abidin* karya Imam Ghazali. Dengan nama ini, pesantren berharap bisa menjadi penerang dan membawa manfaat bagi para santri.

Pada awal berdirinya, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin hanya mengajarkan kitab-kitab salaf dengan metode tradisional. Seiring berjalannya waktu, pesantren ini berkembang dengan pesat. Pada tahun 1953, didirikan Madrasah Diniyyah Awaliyyah untuk memenuhi kebutuhan pendidikan dasar agama. Kemudian pada tahun 1969, berdiri Madrasah Diniyyah Wustho, dan pada tahun 1970, didirikan Madrasah Tsanawiyah. Pada tahun 1985, untuk mengakomodasi kebutuhan pendidikan lebih tinggi, didirikan Madrasah Aliyah yang semuanya berada di bawah naungan Yayasan Tajul 'Ulum. Dengan adanya lembaga-lembaga pendidikan ini, santri dari berbagai daerah semakin banyak berdatangan untuk menuntut ilmu.

Pada tahun 1989, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin mulai menerima santri putri. Hal ini menandai langkah besar dalam perkembangan pesantren ini, yang sebelumnya hanya menerima santri putra. Selain itu, pesantren ini juga mulai membuka program khusus untuk menghafal Al-Qur'an 30 juz, yang kemudian menjadi fokus bagi santri yang ingin mendalami ilmu hafalan Al-Qur'an. Program ini dipimpin oleh Ibu Nyai Hj. Maemunah Baidlowie, istri dari KH. Ahmad Baidlowie Syamsuri, yang merupakan alumni Pondok Pesantren Sunan Pandanaran Yogyakarta.

Pada tahun 1988, Kyai Syamsuri Dahlan wafat dan kepemimpinan pesantren dilanjutkan oleh putranya, KH. Ahmad Baidlowie Syamsuri, yang dibantu oleh adiknya, KH. Muhammad Anshor Syamsuri. KH. Ahmad Baidlowie merupakan alumni dari Timur Tengah (Makkah dan Madinah), sedangkan KH. Muhammad Anshor Syamsuri adalah alumni Pondok Pesantren Futuhiyyah Mranggen dan Pondok Pesantren Al-Muayyad Surakarta. Setelah wafatnya KH. Ahmad Baidlowie pada tahun 2014, kepemimpinan Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin diteruskan oleh putra tertuanya, KH. Muhammad Shofi al-Mubarak Baidlowie. Di bawah kepemimpinan beliau, pondok pesantren ini terus berkembang dan semakin dikenal luas.

Pesantren ini terus berkembang baik dari segi jumlah santri maupun fasilitas yang disediakan. Saat ini, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin memiliki lebih dari 3.500 santri, baik putra maupun putri, yang datang dari berbagai daerah. Dengan jumlah santri yang besar, pesantren ini memiliki berbagai fasilitas untuk mendukung kegiatan belajar mengajar, seperti masjid, ruang kelas, asrama, dan perpustakaan. Fasilitas ini mendukung para santri dalam menjalani proses pendidikan dengan nyaman dan optimal.

Pendidikan yang diberikan di Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin tidak hanya mencakup ilmu agama, tetapi juga pendidikan karakter yang sangat ditekankan. Para santri dididik untuk menjadi pribadi yang berakhlak mulia, memiliki ilmu yang bermanfaat, serta dapat berkontribusi positif untuk masyarakat. Selain itu, pesantren ini juga mengajarkan keterampilan hidup yang berguna dalam kehidupan sehari-hari, sehingga para santri siap menghadapi tantangan hidup di luar pesantren.

Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin bukan hanya menjadi tempat untuk belajar agama, tetapi juga menjadi tempat yang mengajarkan nilai-nilai kehidupan yang baik, serta membentuk santri menjadi pribadi yang bermanfaat bagi agama, bangsa, dan negara. Dengan tujuan itu, pesantren

ini terus berkembang dan tetap setia pada misi yang dibawa oleh pendirinya, Kyai Syamsuri Dahlan, yaitu menjadi penerang bagi orang-orang yang mencari ilmu (Sumber Gema Sirojuth Tholibin Brabo Edisi Desember, 2013).

2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin Brabo

a. Visi

Pondok Pesantren menjadi lembaga pendidikan pilihan dalam rangka menyiapkan kader yang bermoral baik serta mampu bersaing dalam dunia keilmuan.

b. Misi

- Menyelenggarakan Pendidikan dengan memadukan sistem salaf dan modern berasas “*Al Muhafadzatu ‘ala Qodimish Sholih, wal Akhdzu bil jadidil Ashlah*”.
- Mencetak kader yang berakhlakul karimah dan berpengetahuan luas.
- Membekali kader dengan akidah dan syariat yang benar sesuai dengan pokok ajaran Ahlus Sunnah Wal Jamaah.

B. SirbinTV

1. Sejarah SirbinTV



Gambar 1 channel YouTube SirbinTV

Pada tahun 2016, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin memulai sebuah langkah besar dalam mengikuti perkembangan zaman dengan membentuk sebuah media yang dikenal dengan nama SirbinTV. Inisiatif pembentukan tim media ini dipelopori oleh Ustadz Ahmad Mundzir, yang pada saat ini menjabat sebagai manajer di media NU Online. Media sosial dan teknologi semakin berkembang dengan pesat, dan untuk itu pesantren juga harus bisa mengikuti perubahan tersebut agar tidak ketinggalan zaman, serta tetap eksis dan relevan dalam dunia yang semakin terhubung secara digital.

Kebutuhan akan media sosial yang efektif ini tak hanya dirasakan oleh masyarakat umum, tetapi juga oleh lembaga-lembaga pendidikan agama seperti pesantren. Sebagai tempat yang selama ini dikenal dengan sistem pendidikan tradisional, pesantren pun harus beradaptasi dengan teknologi agar bisa bersaing dan tetap dapat menyebarkan dakwah Islam secara lebih luas. Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin, dengan misi utamanya yang menggabungkan sistem pendidikan salaf dan modern, juga merasa penting untuk mengikuti perkembangan ini.

Dalam konteks ini, banyak pesantren yang merasa perlu berinovasi, dan Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin adalah salah satunya. Mereka berusaha menyelaraskan antara pendidikan agama yang sudah lama ada dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Hal ini tentu saja sejalan dengan apa yang dilakukan oleh para nabi terdahulu dalam menyebarkan agama Islam. Seperti yang kita tahu, Nabi Musa misalnya, pada masa itu sangat viral dengan ilmu sihir. Namun, untuk meyakinkan kaumnya, Allah Ta'ala memberikan mukjizat yang relevan dengan fenomena sihir tersebut, yaitu tongkat yang bisa berubah menjadi ular.

Begitu juga dengan Nabi Muhammad SAW yang hidup pada masa kejayaan syair dan puisi. Pada masa itu, syair adalah hal yang sangat digemari oleh masyarakat, dan untuk menanggapi hal tersebut, Allah Ta'ala memberikan mukjizat yang lebih tinggi, yaitu Al-Qur'an, yang dengan

keindahan bahasanya dapat melemahkan para penyair terbaik pada waktu itu. Mukjizat tersebut tidak hanya menyampaikan wahyu, tetapi juga mengalahkan keahlian-keahlian yang tengah populer saat itu.

Dengan latar belakang tersebut, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin berusaha untuk tetap relevan dengan zaman tanpa mengabaikan akar tradisi yang telah menjadi bagian dari sistem pendidikan pesantren. Misi utama pesantren ini adalah "Menyelenggarakan Pendidikan dengan memadukan sistem salaf dan modern berdasar *Al Muhafadzatu 'ala Qodimish Sholih, wal Akhdzu bil jadidil Ashlah.*" Artinya, pesantren ini berusaha untuk mempertahankan nilai-nilai lama yang baik (*Qodimish Sholih*) sambil tetap terbuka untuk hal-hal baru yang lebih bermanfaat (*jadidil Ashlah*). Dalam rangka itu, pembentukan Tim Media SirbinTV menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung misi tersebut.

Tim Media SirbinTV dibentuk dengan fokus utama untuk berperan aktif di dunia media sosial, yang saat ini menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan dakwah Islam. Melalui media sosial, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin berharap dapat terus menjaga eksistensinya di tengah masyarakat, terlepas dari perubahan zaman yang terus terjadi. Media sosial menjadi saluran yang sangat strategis untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di dunia internasional.

Selain itu, keberadaan tim media ini juga dimaksudkan untuk mempererat koneksi sosial antara pondok pesantren dengan alumni, orang tua santri, dan masyarakat umum. Di zaman yang serba digital ini, membangun komunikasi yang cepat dan efektif sangatlah penting, apalagi bagi sebuah pesantren yang ingin terus berkontribusi dalam masyarakat. Kecanggihan teknologi era saat ini, memudahkan setiap khalayak untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan (Sumber gema Edisi 06, 2018).

Tim media SirbinTV telah mengalami kemajuan yang pesat sejak pertama kali dibentuk. Pada awalnya, mungkin hanya sedikit peralatan yang dimiliki untuk mendukung kegiatan media. Namun, seiring berjalannya waktu dan dengan dukungan dari berbagai pihak, tim media SirbinTV kini telah dilengkapi dengan berbagai alat modern yang dibutuhkan dalam dunia media, seperti alat streaming, videografi, fotografi, broadcasting, dan editing.

Dengan adanya peralatan yang memadai, anggota tim kini bisa bekerja lebih produktif dan menghasilkan karya-karya yang semakin berkualitas. Video-video yang dihasilkan dapat dengan mudah diunggah dan dibagikan di berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Hal ini tentu memperluas jangkauan pesan dakwah pesantren dan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.

Lebih dari itu, tim media juga tidak hanya fokus pada pembuatan konten dakwah dan pendidikan, tetapi juga berbagai kegiatan lainnya yang ada di Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin, seperti acara-acara keagamaan, pengajian, kegiatan sosial, hingga dokumentasi kegiatan pondok pesantren sehari-hari. Semua konten yang dihasilkan diharapkan bisa memberikan manfaat yang luas dan dapat menginspirasi banyak orang. Kedepannya, tim media SirbinTV dapat terus berkembang dan semakin memanfaatkan teknologi untuk mendukung penyebaran ilmu agama Islam yang moderat, berwawasan luas, dan tetap menghargai tradisi. Dengan mengikuti perkembangan zaman, Pondok Pesantren Sirujuth Tholibin tidak hanya akan tetap eksis, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap masyarakat dan dunia pendidikan Islam secara umum.

Meskipun teknologi berkembang dengan sangat cepat, nilai-nilai agama yang diajarkan di pesantren tetap menjadi pegangan utama. Tim media SirbinTV diharapkan bisa menjadi jembatan antara dunia tradisional pesantren dan dunia digital yang terus berkembang. Dengan begitu,

pesantren ini bisa terus relevan, tidak hanya bagi santri-santri yang menuntut ilmu di dalam pesantren, tetapi juga bagi masyarakat yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri.

Dengan segala perkembangan yang terus menerus dihadapi, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin bersama dengan Tim Media SirbinTV berkomitmen untuk terus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya, tidak hanya untuk para santri dan masyarakat sekitar, tetapi juga untuk umat Islam di seluruh dunia. Mereka berharap dapat mempererat tali silaturahmi antar sesama, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, serta menjadi sumber inspirasi bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam lainnya, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Dengan semangat kebersamaan dan inovasi, diharapkan segala upaya yang dilakukan dapat mendukung terciptanya generasi yang cerdas, berakhlak mulia, dan siap menghadapi tantangan global, sambil tetap berpegang pada nilai-nilai Islam yang rahmatan lil-‘alamin (Wawancara bersama Riyan Hidayatullah koordinator tim SirbinTV Putra).

2. Visi dan Misi SirbinTV

a. Visi

Menjadi media dakwah pesantren yang menyejukkan dan terpercaya

b. Misi

- Menyebarkan konten islami didunia maya
- Menjadi wadah bagi santri untuk berani tampil didunia maya
- Menjadi wadah konektifitas antara pesantren dan alumni, walisantri dan masyarakat umum.

3. Struktur Organisasi SirbinTV

a. Struktur Kepengurusan Tim Media SirbinTV Putra

1. Penasehat Keluarga Ndalem PP Sirojuth Tholibin

2. Supervisi KH. Muhammad Mu'tamir Hilmy
 Mujtaba

3. Penyelaras dan Ide Muh. Ulinnuha Karim, S.Pd
 Kreatif

4. Manager Riyan Hidayatullah, S.Pd

5. Manager Pelaksana Ahmad Syauqi Affan
 Ahmad Saeful Sholeh

6. Editor Video Zarathustra Abimanyu Mahabbatya A
 Afif Makinun Amin
 Muhammad Wildan Tamami

7. Design Grafis Riyan Hidayatullah
 Ulil Mu'izzul Hidayat

8. Fotografer Aqlul Faqih Al Makki
 Saiful Ulya

9. Videografer Abdul Mannan
 Tri Andi Saputra

10. Operator Ahmad Syauqi Affan
 Ahmad Saeful Sholeh

11. Sound Engineering M. Robeth Isthofani

12. Teknisi Lubab Musthofa

b. Struktur Kepengurusan Tim Media SirbinTV Putri

- | | |
|----------------|--|
| 1. Pembimbing | Ibu Nyai Hanna Fitria Tsaqofa Mujtaba |
| 2. Koordinator | Joan Pradevta
Fina Khoirotul Ummah
AD Reza Budi Saputri
Antika Brilliana |
| 3. Operator | Maulida Zahrotul Ulya
Aina Salsabila
Fina Khoirotul Ummah
Antika Brilliana
Nismah |
| 4. Fotografer | Luluk Nurus Sa'adah
Joan Pradevta |
| 5. Kameramen | AD Reza Budi Saputri
Nurul Azizah
Irina Muazaroh
Vivin Lutfiana
Siti Istiqomah |
| 6. Editor | Joan Pradevta
Fina Khoirotul Ummah
Aina Salsabila
Maulida Zahrotul Ulya
Antika Brilliana
Irina Muazaroh
Vivin Lutfiana
Nismah
Siti Istiqomah |

C. Inovasi Channel YouTube SirbinTV

Channel YouTube SirbinTV menghadirkan inovasi melalui saluran media digital yang berperan penting dalam perkembangan masyarakat, memberikan pengaruh positif dengan menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif dan relevan sesuai kebutuhan zaman.

Adapun pejelasanannya sebagai berikut :

1. MTP (*Massive Transformative Purpose*)

Diera digital yang terus berkembang, pondok pesantren memiliki potensi besar untuk bertransformasi dalam cara menyampaikan informasi. Melalui inovasi kreatif pada channel YouTube Sirbintv, Langkah ini diambil karena YouTube menawarkan jangkauan pasar yang lebih luas dibandingkan media sosial lainnya, dengan kemampuan memuat video berdurasi panjang yang memungkinkan penyajian konten secara mendalam. Selain itu, Sirbintv berfokus pada pembuatan konten yang maksimal, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, sehingga menghasilkan video berkualitas tinggi yang menarik dan nyaman ditonton oleh audiens. Hal ini menjadi strategi efektif dalam membangun komunikasi yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini. Adapun hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Inovasi ini muncul saat awal pembentukan tim media SirbinTV yang mana Youtube merupakan platform familiar di Indonesia, sehingga market konsumennya lebih luas dan akhirnya diputuskan untuk membuat channel YouTube. Selain itu YouTube juga merupakan platform media sosial yang dapat memuat durasi video yang lebih panjang dibandingkan dengan media sosial yang lainnya dan hal ini menjadi nilai keuntungan tersendiri buat media SirbinTV karena memang beberapa konten SirbinTV membutuhkan durasi yang panjang pula.”
(Wawancara dengan Joan Pradevta sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, 25 November 2024).

“Mungkin ada beberapa hal yang membedakan antara konten di sirbinTV dan juga konten-konten di YouTube pondok pesantren lain. Kalau mungkin dipondok lain kita temukan kontennya hanya bersifat kepesantrenan atau kegiatan-kegiatan yang ada di pesantren, tapi kalau di sirbinTV selain kita menyajikan konten-konten kepesantrenan kita juga menyajikan kajian-kajian atau suatu konten yang ilmiah, seperti contoh konten fadhilah (keutamaan-keutamaan keagamaan dan lain sebagainya). Selain itu di SirbinTV juga menyajikan konten-konten yang bersifat ilmiah lagi yaitu tentang kajian kitab, misal bedah kitab aqidatul awam dan lain sebagainya, dan juga menyajikan film-film pendek yang memiliki arti nilai tersendiri atau ibroh-ibroh di dalamnya. (Wawancara dengan Riyan Hidayatullah sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, 25 November 2024)

2. SCALE (*Staff on demand, Community & Crowd, Algorithms, Leveraged Assets, Engagement*)

SCALE dapat diterapkan untuk memperbesar jangkauan dan dampak Channel YouTube Sirbintv. Pertama, *Staff of demand* yaitu dengan melibatkan kreator eksternal dan kolaborasi dengan pihak lain, seperti influencer, untuk mempercepat produksi konten. Selain itu, *community and crowd* yaitu komunitas aktif akan dilibatkan dalam pembuatan konten dan interaksi, sehingga audiens merasa lebih terhubung. Selanjutnya *Algorithms*, dengan memanfaatkan algoritma YouTube, channel ini dapat mengoptimalkan penemuan konten dan menjangkau audiens lebih banyak. Terakhir, *Leveraged Assets, Engagement* yaitu menggunakan sumber daya yang ada di pesantren dan platform lain akan mempermudah proses pembuatan konten. Adapun hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Untuk pembuatan konten membutuhkan waktu berapa lama itu tergantung kontennya, kalau untuk pembuatan konten film itu membutuhkan waktu semingguan, kalau konten ilmiah atau

konten lain itu biasanya membutuhkan waktu dua hari kita maksimalkan. Kita juga ada terkendala waktu atau kekurangan waktu, karena kita anak pesantren dan mengikuti kegiatan pesantren, jadi untuk waktu pembuatan konten kita masih kurang untuk fokus di SirbinTV. Yang terlibat dalam pembuatan konten yaitu terutama dari SirbinTV sendiri selaku pelaksana, kadang kita juga membutuhkan kawan-kawan atau teman-teman santri, apalagi kalau mau buat film kita membutuhkan crew yang banyak. Tapi kalau hanya tentang kegiatan pesantren seperti live streaming itu dari crew SirbinTV sendiri. Kalau membuat konten ilmiah kita membutuhkan host yang berkompeten didalamnya, dan keuntungan SirbinTV sendiri untuk mencari sdm karena dipondok banyak sekali orangnya”. (Wawancara dengan Abdul Manan sebagai kameramen tim media SirbinTV putra, 25 November 2024)

“Mengetahui kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di pesantren Respons masyarakat sangat baik, karena memang mereka merasakan adanya kedekatan dengan pihak pesantren lewat media SirbinTV ini. Bahkan semisal satu kali kegiatan pesantren tidak dipublish, mereka akan menanyakan “kenapa kok tidak di live.....bla...bla... dan sebagainya” Dan dengan adanya media SirbinTV ini masyarakat lebih mudah untuk mengetahui kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di pesantren”. (Wawancara dengan Joan Pradevta sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, 25 November 2024).

“Salah satunya dengan memanfaatkan grup wali santri, sehingga konten yang ada di SirbinTV dapat dibagikan dengan mudah dengan jangkauan yang luas pula. Karena memang santri di Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin sendiri mencapai 3.500 santri, yang berarti satu kali dibagikan dapat menjangkau 3.500 jangkauan. Selain itu juga memanfaatkan platform media sosial yang lain, seperti Instagram, X, TikTok dan juga Facebook sebagai wadah penyebaran konten yang ada di SirbinTV. Yang mana masing-masing platform mempunyai pengikut dengan jumlah rata-rata 20.000 pengikut. Dan juga berkolaborasi dengan media-media lain seperti AISNU Jateng, NU Online dalam menyebarkan konten-konten SirbinTV, dan memang beberapa konten SirbinTV juga sudah berkolab dengan platform2 tersebut. (Wawancara dengan Riyan Hidayatullah

sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, 25 November 2024).

3. IDEAS (*Interfaces, Dashboards, Experimentation, Autonomy, Social*)

IDEAS menurut Salim Ismail dapat diterapkan untuk mengoptimalkan inovasi dalam penyampaian konten di Channel YouTube Sirbintv. Pertama, *Interfaces* mengacu pada desain antarmuka yang memudahkan audiens dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten. Sirbintv bisa meningkatkan pengalaman pengguna dengan membuat tampilan yang lebih menarik dan mudah digunakan. Selanjutnya, *Dashboards* akan membantu pengelola channel untuk memantau kinerja video melalui analitik YouTube, memberikan wawasan tentang seberapa efektif konten dalam menarik audiens dan meningkatkan keterlibatan. *Experimentation* mendorong Sirbintv untuk menguji berbagai format konten, seperti ceramah, diskusi, atau tutorial, untuk menemukan jenis konten yang paling resonan dengan audiens. *Autonomy* memungkinkan pengelola dan kreator konten untuk bekerja secara mandiri, memberikan kebebasan dalam berkreasi tanpa terikat aturan yang kaku, sehingga ide-ide baru bisa lebih berkembang. Terakhir, *Social* memanfaatkan jaringan sosial untuk memperluas jangkauan konten, baik melalui kolaborasi dengan pesantren lain atau interaksi langsung dengan audiens di platform lain. Adapun hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Kita memanfaatkan YouTube untuk menghadirkan konten dakwah yang menarik dan berusaha memberikan, menyajikan konten-konten yang memiliki editan-editan yang bagus dan enak dilihat serta terus berusaha mengikuti gaya-gaya edit yang sedang digemari oleh masyarakat sehingga masyarakat tertarik

untuk melihatnya dan mmbagikannya. Kita edit juga pakai yang digunakan pada umumnya oleh editor-editor lain seperti capcut, Adobe Premiere, Photoshop, Corel dan yang lainnya. Jadi memang tidak ada fitur-fitur atau software khusus yang kami gunakan.” (Wawancara dengan Lubab Musthofa sebagai Editor tim media SirbinTV putra, 25 November 2024)

“pada saat mengedit, kami melihat yang perlu diperhatikan yaitu eksperimen dengan teknik pengeditan yang unik, penciptaan mood dengan warna dan koreksi warna, penggunaan musik dan efek suara yang kreatif, mengatur ritme dan pacing yang tepat, pemanfaatan teknik kamera dalam pengeditan dan pada saat mengedit kami menggunakan adobe premiere, adobe photoshop, dan corel draw”. (Wawancara dengan Fina Khoirotul Ummah selaku editor media SirbinTV, 25 November 2024).

Untuk membuat konten dakwah di channel YouTube seperti SirbinTV lebih menarik, tim media atau pengelola channel dapat menerapkan berbagai strategi yang memadukan nilai-nilai dakwah dengan pendekatan yang relevan dengan audiens masa kini. Berikut adalah beberapa cara untuk mengemas konten dakwah agar lebih menarik seperti: menyajikan konten yang relevan dan aktual, menggunakan format video yang variatif, menggunakan visual dan animasi yang menarik, melibatkan audiens dalam konten, memberikan konten yang bermanfaat dan praktis, dan menciptakan konten dengan berkesinambungan. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, SirbinTV dapat lebih efektif dalam mengemas konten dakwah yang tidak hanya menarik tetapi juga memberi nilai tambah bagi audiens, memperkuat pesan dakwah, serta meningkatkan daya tarik channel”. (Wawancara dengan Joan Pradevta sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, 25 November 2024).

BAB IV

ANALISIS INOVASI YOUTUBE @SIRBINTV

Inovasi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin dengan membentuk tim media SirbinTV dimulai dengan langkah yang cerdas, yaitu memanfaatkan YouTube sebagai platform utama. Hal ini dilakukan karena YouTube sudah menjadi platform media sosial yang sangat familiar di Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Kehadiran YouTube sebagai salah satu kanal, tidak hanya dimanfaatkan sebagai hiburan saja. Bahkan YouTube mulai banyak dimanfaatkan sebagai alat komunikasi dakwah dan belajar (Cahyono and Hasani, 2019). Dengan popularitasnya yang tinggi, YouTube memiliki jangkauan yang sangat luas, dan ini memberikan peluang besar bagi Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin untuk menyebarkan dakwah dan berbagai informasi yang bermanfaat kepada masyarakat.

Salah satu alasan utama mengapa YouTube dipilih adalah karena platform ini sangat mudah diakses oleh hampir semua kalangan. Banyak orang di Indonesia sudah terbiasa menggunakan YouTube untuk berbagai keperluan, seperti menonton video hiburan, belajar, atau bahkan mencari informasi tentang hal-hal yang mereka minati. Dengan memanfaatkan platform ini, tim media SirbinTV berharap dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberi mereka manfaat melalui konten-konten yang disajikan.

YouTube memiliki keunggulan yang sangat berarti dibandingkan dengan platform media sosial lainnya, yaitu kemampuan untuk mengunggah video dengan durasi yang lebih panjang. Banyak platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok membatasi durasi video yang dapat diunggah. Misalnya, di Instagram, video hanya bisa berdurasi beberapa menit, dan di TikTok, video pun terbatas waktunya. Namun, YouTube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaannya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi YouTube saat

ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna (Fatty, Nadjib, and Andi, 2016).

Keunggulan inilah yang menjadi nilai lebih bagi tim media SirbinTV. Mengingat bahwa beberapa konten yang akan dibuat membutuhkan durasi yang lebih panjang untuk menjelaskan materi dengan lebih mendalam, YouTube menjadi pilihan yang sangat tepat. Konten-konten seperti pengajian, kuliah umum, kajian ilmiah, dan kegiatan keagamaan lainnya seringkali memerlukan waktu lebih banyak untuk memberikan penjelasan yang komprehensif. Dengan YouTube, tim media SirbinTV bisa menyajikan video-video tersebut tanpa harus terbatas waktu, sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa lebih jelas dan mendalam.

Selain itu, YouTube juga memungkinkan video untuk dapat diakses kapan saja dan di mana saja, selama ada koneksi internet. Ini sangat memudahkan masyarakat untuk mengakses konten yang dibuat oleh tim media SirbinTV, baik itu santri, alumni, orang tua santri, maupun masyarakat umum. Mereka dapat menonton video-video tersebut sesuai dengan waktu luang mereka, tanpa harus khawatir tentang waktu tayang yang terbatas.

YouTube juga memiliki fitur komentar yang memungkinkan pemirsa untuk memberikan tanggapan atau bertanya langsung terkait konten yang telah ditonton. Hal ini memberikan kesempatan bagi tim media SirbinTV untuk berinteraksi dengan pemirsa, menjawab pertanyaan, atau bahkan mendapatkan masukan dan saran untuk pengembangan konten berikutnya. Fitur ini sangat penting untuk menjaga hubungan yang baik antara pesantren dengan audiens, serta untuk meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.

Keuntungan lainnya adalah YouTube memiliki fitur monetisasi, yang memungkinkan konten-konten yang diunggah untuk menghasilkan pendapatan. Meskipun bukan tujuan utama dari pembentukan SirbinTV, potensi pendapatan ini bisa dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan lebih lanjut dari tim media dan kegiatan Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin. Misalnya, pendapatan yang didapat dari

iklan di YouTube bisa digunakan untuk membeli peralatan baru, meningkatkan kualitas produksi video, atau bahkan untuk kegiatan dakwah dan sosial lainnya.

Dengan adanya SirbinTV di YouTube, Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin juga dapat memaksimalkan penggunaan platform ini untuk menyebarkan pesan dakwah yang lebih luas. Selain kegiatan internal pesantren, video-video yang diproduksi dapat mencakup berbagai kegiatan sosial, pendidikan, dan keagamaan yang dilaksanakan oleh pesantren. Misalnya, saat ada kegiatan pengajian, seminar, pelatihan untuk santri, atau acara peringatan hari besar Islam, semua itu dapat didokumentasikan dalam bentuk video yang lebih panjang dan mendalam, dan kemudian diunggah ke YouTube. Dengan begitu, pondok pesantren ini tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga bisa dikenal secara nasional, bahkan internasional. Setiap orang, baik yang berada di dalam maupun luar negeri, dapat mengakses konten dari SirbinTV yang memberikan wawasan tentang Islam yang moderat dan penuh rahmah. Ini tentu akan menjadi kontribusi besar dalam memperkenalkan Islam yang damai dan penuh toleransi kepada dunia.

YouTube sebagai platform media sosial yang fleksibel dengan durasi video yang panjang akan terus menjadi pilihan utama bagi tim media. Melalui penggunaan YouTube yang maksimal, pesantren ini dapat terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, serta tetap menjaga esensi dari pendidikan agama Islam yang diajarkan di pesantren. Tim media SirbinTV berharap, melalui platform ini, mereka dapat membawa lebih banyak manfaat bagi masyarakat dan terus menjaga eksistensi Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin sebagai lembaga pendidikan yang relevan di tengah perkembangan teknologi dan zaman yang semakin canggih.

A. Analisis Inovasi YouTube SirbinTV

Salim Ismail dkk menyebutkan dalam bukunya yaitu *expensation organization* yang berfokus pada elemen-elemen kunci seperti MTP (*Massive Transformation Purpose*) dan atribut yang dikenal sebagai SCALE (*Staff on demand, Community & Crowd, Algorithms, Leveraged Assets, Engagement*) serta IDEAS (*Interfaces, Dashboards, Experimentation, Autonomy, Social*).

1. MTP (*Massive Transformation Purpose*)

Channel YouTube SirbinTV merupakan contoh inovasi media digital yang semakin relevan di era perkembangan teknologi informasi. Dalam beberapa tahun terakhir, YouTube telah menjadi platform utama bagi banyak organisasi untuk menyampaikan pesan mereka, termasuk pesantren. Kanal ini memanfaatkan YouTube, yang menawarkan jangkauan audiens lebih luas, untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang kreatif dan inovatif. Di dunia yang semakin terhubung secara digital, inovasi semacam ini menjadi sangat penting karena pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, harus mampu beradaptasi dengan tuntutan zaman (Sandy and Husain, 2022). Salah satu alasan mengapa SirbinTV memilih YouTube adalah kemampuan platform ini untuk menampilkan konten dalam durasi yang lebih panjang, yang memberikan keleluasaan bagi pesantren untuk menyampaikan materi secara lebih mendalam. Hal ini menjadikan SirbinTV sebagai saluran yang dapat mengemas berbagai jenis konten, baik yang bersifat informatif maupun yang mendalam secara ilmiah, sehingga menciptakan ruang komunikasi yang luas dan efektif di tengah masyarakat digital.

Salah satu aspek utama dalam inovasi SirbinTV adalah fokus pada pembuatan konten berkualitas tinggi yang bisa dinikmati oleh audiens dari berbagai kalangan. Sebagai koordinator tim media SirbinTV putra, Joan Pradevta menjelaskan bahwa YouTube dipilih karena lebih familiar di Indonesia dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, YouTube memiliki fitur untuk mengunggah video berdurasi panjang, memungkinkan SirbinTV untuk mengembangkan konten yang lebih kompleks, seperti kajian kitab, kajian fadhilah, serta film-film pendek yang penuh dengan nilai moral dan edukasi. Konten-konten ini tidak hanya bersifat umum, tetapi juga disesuaikan dengan konteks kekinian yang relevan dengan kebutuhan generasi muda dan masyarakat modern. Dengan

demikian, SirbinTV tidak hanya menyajikan konten yang terbatas pada kegiatan pesantren, tetapi juga kajian ilmiah yang menggali pemahaman mendalam tentang Islam dan ajarannya.

Inovasi lain yang dihadirkan oleh SirbinTV adalah penyajian konten yang lebih bersifat edukatif dan ilmiah. Riyan Hidayatullah, koordinator tim media SirbinTV putra, menjelaskan bahwa selain konten seputar kegiatan pesantren, SirbinTV juga menghadirkan kajian-kajian ilmiah yang lebih mendalam, seperti bedah kitab-kitab kuno yang menjadi rujukan penting dalam ajaran Islam. Salah satu contoh adalah bedah kitab Aqidatul Awam, yang memberikan pemahaman lebih dalam mengenai akidah Islam yang sering dibahas di pesantren, namun disajikan dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diterima oleh generasi digital saat ini. Keberadaan konten seperti ini menunjukkan bahwa SirbinTV tidak hanya berfokus pada aspek sosial pesantren, tetapi juga pada penguatan pemahaman keagamaan yang lebih terstruktur dan bermanfaat bagi masyarakat luas. SirbinTV juga memperkenalkan film-film pendek yang tidak hanya memiliki nilai hiburan, tetapi mengandung pesan moral dan ibroh yang dapat diambil untuk dijadikan teladan hidup.

Inovasi yang dilakukan oleh SirbinTV ini sangat penting dalam menghadapi tantangan zaman yang semakin mengarah pada digitalisasi hampir semua aspek kehidupan. Dengan memanfaatkan YouTube, SirbinTV dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih terpapar oleh teknologi dan media sosial. Dengan demikian, SirbinTV berperan sebagai salah satu contoh bagaimana pesantren dapat bertransformasi menjadi lembaga yang tidak hanya mendidik secara konvensional, tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif dalam penyebaran nilai-nilai Islam yang relevan dengan perkembangan zaman.

2. SCALE (*Staff on demand, Community & Crowd, Algorithms, Leveraged Assets, Engagement*)

Channel YouTube SirbinTV berhasil menerapkan konsep SCALE untuk memperbesar jangkauan dan dampak kontennya, menggunakan pendekatan yang terstruktur dan efektif. Dalam hal *Staff of Demand*, SirbinTV melibatkan kreator eksternal dan melakukan kolaborasi dengan influencer untuk mempercepat produksi konten. Kolaborasi ini mempercepat proses pembuatan video dan memperluas jaringan audiens. Dengan bekerja sama dengan pihak eksternal, seperti influencer yang memiliki pengikut yang banyak, SirbinTV dapat memanfaatkan pengaruh mereka untuk menyebarkan konten lebih luas. Selain itu, *Community and Crowd* menjadi elemen penting dalam strategi ini. Tim media SirbinTV aktif melibatkan komunitas di sekitar pesantren, seperti santri, dalam pembuatan konten dan interaksi di media sosial. Pendekatan ini menciptakan rasa keterhubungan yang lebih dalam antara pesantren dan audiensnya, terutama karena masyarakat merasa lebih dekat dengan kegiatan yang disiarkan oleh SirbinTV. Hal ini terbukti dari respon positif masyarakat yang selalu menantikan siaran kegiatan pesantren yang dipublikasikan, bahkan mempertanyakan jika ada kegiatan yang tidak disiarkan, yang menunjukkan bahwa konten SirbinTV berhasil menciptakan interaksi yang erat dengan audiens.

Selanjutnya, penerapan *Algorithms* pada YouTube menjadi salah satu faktor penting dalam memperbesar jangkauan SirbinTV. Dengan memanfaatkan algoritma YouTube yang mengutamakan rekomendasi video berdasarkan minat pengguna, SirbinTV dapat memastikan bahwa konten mereka lebih mudah ditemukan oleh audiens yang memiliki minat terkait. Algoritma YouTube dapat membantu video mereka muncul di halaman rekomendasi, memungkinkan konten dakwah dan kegiatan pesantren untuk lebih cepat diketahui dan diakses oleh audiens yang lebih

luas (Alfira, Isniyunisyafna, and Ari, 2023). Ini adalah strategi yang efisien untuk memperkenalkan pesan-pesan dakwah dan kegiatan pesantren kepada khalayak yang lebih besar dan bervariasi. Dalam hal *Leveraged Assets and Engagement*, SirbinTV memanfaatkan sumber daya yang ada di pesantren, seperti banyaknya santri yang dapat dilibatkan dalam pembuatan konten. Karena jumlah santri di Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin mencapai 3.500 orang, setiap konten yang dibagikan dapat menjangkau ribuan orang hanya dengan satu kali distribusi. Ini memberikan keuntungan besar dalam hal efektivitas dan efisiensi distribusi. Selain itu, tim media SirbinTV juga menggunakan platform media sosial lain seperti Instagram, X, TikTok, dan Facebook untuk menyebarkan konten mereka. Masing-masing platform ini memiliki banyak pengikut yang siap menerima dan membagikan konten, sehingga memperluas jangkauan pesan yang ingin disampaikan. Dengan kolaborasi bersama platform media lain seperti AISNU Jateng dan NU Online, SirbinTV dapat menjangkau audiens yang lebih luas lagi, menciptakan dampak yang lebih besar bagi penyebaran konten dakwah dan kegiatan pesantren mereka.

Melalui penerapan konsep SCALE ini, SirbinTV tidak hanya berhasil memperbesar jangkauan audiens, tetapi juga menciptakan dampak yang lebih luas melalui kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal dan memanfaatkan sumber daya yang ada di pesantren secara maksimal. Kombinasi antara keterlibatan komunitas, pemanfaatan teknologi, dan distribusi konten yang tepat melalui media sosial telah membuktikan bahwa SirbinTV mampu mencapai audiens yang lebih besar dan lebih beragam. Hal ini memungkinkan mereka untuk lebih efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan kegiatan pesantren kepada masyarakat yang lebih luas, serta menciptakan hubungan yang lebih erat antara pesantren dengan audiensnya. Dengan strategi ini, SirbinTV berhasil mengoptimalkan potensi YouTube dan platform media sosial lainnya untuk menjangkau

audiens yang lebih besar, memperkenalkan pesan-pesan keagamaan secara lebih kreatif, dan memberikan informasi yang relevan bagi masyarakat.

3. IDEAS (*Interfaces, Dashboards, Experimentation, Autonomy, Social*).

Channel YouTube SirbinTV memanfaatkan konsep IDEAS yang dikemukakan oleh Salim Ismail untuk mengoptimalkan penyampaian konten dakwah dengan cara yang lebih inovatif dan relevan dengan audiens masa kini. Salah satu elemen penting dalam penerapan IDEAS adalah *Interfaces*, yang merujuk pada desain antarmuka yang memudahkan audiens dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten. SirbinTV berusaha untuk membuat tampilan yang menarik dan ramah pengguna, sehingga audiens merasa nyaman dan mudah untuk menemukan video yang mereka inginkan. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mempermudah audiens untuk mengikuti berbagai konten dakwah yang disajikan (Sigit, Dyandra, and Yuni, 2024). Selanjutnya, *Dashboards* menjadi alat yang sangat penting untuk membantu pengelola channel dalam memantau kinerja video. Dengan menggunakan analitik YouTube, pengelola dapat melihat sejauh mana konten yang diproduksi efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi. Fitur ini memungkinkan pengelola untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap konten yang sudah ada, memastikan bahwa setiap video yang diunggah terus berkembang dan sesuai dengan keinginan audiens.

Konsep *Experimentation* juga diterapkan oleh SirbinTV untuk meningkatkan variasi dan kualitas konten yang disajikan. Dengan mencoba berbagai format konten seperti ceramah, diskusi, tutorial, atau kajian ilmiah, SirbinTV dapat menemukan jenis konten yang paling resonan dengan audiensnya. Hal ini memberikan kebebasan kreatif bagi tim media untuk bereksperimen dengan berbagai ide, sehingga mereka dapat terus berinovasi dalam mengemas konten dakwah yang tidak hanya menarik, tetapi juga bermanfaat. Dalam proses pembuatan konten, tim media SirbinTV juga

memanfaatkan *Autonomy*, yang memberikan kebebasan kepada pengelola dan kreator untuk bekerja secara mandiri. Tanpa terikat pada aturan yang kaku, para kreator dapat lebih leluasa dalam mengeksplorasi ide-ide baru yang segar, yang akan membuat konten mereka semakin menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Pendekatan ini memungkinkan SirbinTV untuk terus berkembang, dengan ide-ide baru yang lebih segar dan kreatif setiap waktu.

Terakhir, konsep *Social* dalam IDEAS juga diterapkan dengan memanfaatkan jaringan sosial untuk memperluas jangkauan konten. SirbinTV berkolaborasi dengan pesantren lain dan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Tim media juga melibatkan audiens dalam pembuatan konten, sehingga mereka merasa lebih terhubung dengan pesan dakwah yang disampaikan. Kolaborasi dengan berbagai pihak dan pemanfaatan platform lain membantu SirbinTV untuk menyebarkan konten dengan lebih cepat dan efisien, serta memperluas pengaruhnya di dunia digital. Dengan menggunakan pendekatan ini, SirbinTV tidak hanya bisa menyajikan konten yang berkualitas dan bermanfaat, tetapi juga dapat memperkuat pesan dakwah mereka, meningkatkan keterlibatan audiens, dan membuat channel mereka lebih menarik bagi berbagai kalangan.

Melalui penerapan konsep IDEAS ini, SirbinTV telah berhasil menciptakan konten dakwah yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan audiens masa kini, tetapi juga menarik dan mudah diakses. Dengan eksperimen konten yang terus dilakukan, pemanfaatan teknologi dan analitik yang canggih, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, SirbinTV semakin memperkuat posisinya sebagai media dakwah yang efektif di dunia digital.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

SirbinTV telah berhasil memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempererat hubungan antara pesantren dan masyarakat sekitarnya, khususnya melalui saluran YouTube. Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin memanfaatkan YouTube melalui tim media SirbinTV untuk menyebarkan dakwah dan informasi yang bermanfaat. YouTube dipilih karena platform ini memungkinkan unggahan video dengan durasi yang lebih panjang, mudah diakses oleh berbagai kalangan, serta menyediakan fitur interaksi melalui komentar. Hal ini memungkinkan pesantren untuk menyampaikan materi yang lebih mendalam dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, YouTube juga memberikan peluang monetisasi, yang dapat mendukung pengembangan pesantren. Dengan demikian, SirbinTV dapat mengenalkan ajaran Islam yang moderat dan toleran kepada masyarakat, baik di tingkat lokal maupun internasional.

SirbinTV mengimplementasikan konsep-konsep Salim Ismail dalam bukunya *Exponential Organization* yaitu: MTP, SCALE, dan IDEAS untuk menyebarkan dakwah Islam dan memperkenalkan pesantren ke dunia digital. Dengan MTP, SirbinTV menyampaikan pesan dakwah secara kreatif melalui YouTube, menasar audiens muda dengan konten seperti kajian ilmiah, bedah kitab, dan film pendek yang menyampaikan nilai moral. Dalam SCALE, mereka melibatkan kreator eksternal, influencer, dan komunitas pesantren untuk mempercepat produksi konten, serta memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk memperluas jangkauan pesan. Dengan IDEAS, SirbinTV terus berinovasi dalam menyajikan konten dakwah yang menarik dan relevan, menggunakan analitik untuk memantau kinerja dan

eksperimen format konten yang resonan dengan audiens. Kolaborasi antara pesantren dan teknologi digital ini berhasil memperkuat hubungan dengan masyarakat, serta menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih efektif dan luas.

B. Saran

Dalam mengatasi tantangan yang ada, tim SirbinTV perlu terus meningkatkan manajemen waktu agar mereka bisa menyeimbangkan kegiatan di pesantren dengan pembuatan konten yang berkualitas dan tetap relevan dengan perkembangan zaman, tim SirbinTV perlu terus berinovasi dengan menciptakan konten yang lebih interaktif, menarik, dan sesuai dengan minat generasi muda.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan yang perlu diperbaiki. Hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga sangat terbuka untuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat yang kecil namun berarti bagi pembaca dan para peneliti lainnya. Namun demikian, penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan yang bisa jadi menjadi titik awal untuk penelitian lanjutan. Oleh karena itu, peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki dan menyempurnakan segala aspek yang masih kurang.

Sebagai penutup, penulis berharap agar skripsi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca dan para peneliti selanjutnya dalam pengembangan topik yang serupa. Diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi yang dapat meningkatkan pemahaman mengenai proses produksi podcast dan memberikan panduan bagi pihak-pihak yang ingin terjun dalam industri podcast.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar Rifa'i. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta, Press UIN Sunan Kalijaga : 90.
- Aminuddin. 2016. *Media Dakwah*. hal: 362.
- Asep, Aedi Ulul dan Amaludin. 2022. "Journal Of Islamic Management Editorial Office: Modernisasi Sistem Manajemen Pesantren Dengan SIAP(Sistem Informasi Administrasi Pesantren) Pada Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin." *Journal Of Islamic Management* 2(2):96–106.
- Batoebara, Maria Ulfa. 2021. "*Jurnal Prosiding: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Darmawangsa (Inovasi dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital)*". hal: 31.
- Cahyono, Guntur, Nibros Hassani. 2019. "YouTube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran". *AL-Hikmah: Jurnal Dakwah, Volume 13, Nomor 1, Tahun 2019 (P. 023-038)*.
- Choi, S., & Kim, H. (2018). "Pengaruh Fitur Unduh pada Konsumsi Video Mobile". *Jurnal Manajemen Informasi Internasional*.
- Cunningham, R., & Taylor, P. (2018). "YouTube Premium dan Masa Depan Layanan Streaming". *Jurnal Ekonomi Media*.
- DeLuca, D., & Bator, L. (2012). "Peran Anotasi Dalam Lingkungan Pembelajaran Berbasis Video". *Jurnal Teknologi Pendidikan & Masyarakat*.
- Faiqah, Fatty, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir. 2016. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram". *Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol 5 No 2*.
- Fariyah, Irzum. 2013. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1(2):25–45.
- Haddad, Safira. 2023. 21 November. "*Cara Membuat Konsep Konten YouTube Yang Menarik dan Viral*". Diakses pada tanggal 9 November 2024.
- Hadi, Sigit Pramono, Dyandra Ravera Alwie, Yni Fitria. 2024. "Keberhasilan Content Creator Ditentukan Oleh Kreativitas Konten dan Skill Mengedit Video". *Journal Universitas Pancasila, Vol 15 No 1*.
- Hamdan, Mahmudin. 2021. "*Youtube sebagai Media Dakwah*" *Journal of Social Religion Research*, Vol. 6, No.1, hal.63-80.
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta, Pustaka Ilmu, 163-172.

- Husna Jazimatul, Afifur Rohman Nur Julian. 2017. *Situs YouTube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi : Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Progam Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015*.
- Ismail, S., Malone, M. S., Geest, Y. Van & Diamandis, P. H. (2014). *Exponential Organization: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper Than Yours (and What to Do About it)*. New York, USA: Diversion Book.
- Kaufman, J., & Lane, D. (2017). “Preferensi Kecepatan Konten Video dalam Pembelajaran Daring: Sebuah Studi Kasus”. *Media Pendidikan Internasioanl*.
- Mira. 2024. 25 Juni. “*Tantangan dan Peluang Bagi Kreator Dalam Mengikuti Trend YouTube*”. Diakses pada tanggal 9 November 2024.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Cet. 26; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009).
- Muntaha, Neca Gemelia, and Alfauzan Amin. 2023. “*Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi*”. Volume 5 Nomor 2. Hal: 2548.
- Nasrullah, Rulli. 2016. “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*”. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution Abdul Fattah. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Harfa Creative.
- Rahmadi. 2018. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Kalimantan Selatan, Antasari Press.
- Rahman, Sandy Aulia, Husin. 2022. “Strategi Pondok Pesantren Dalam Menghadapi Era Society 5.0”. *Jurnal Basicedu: Volume 6, Nomor 2, hal: 1829-1836*.
- Reynata, Adinda Vera Eka. 2022. “Penerapan YouTube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa”. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Volume 19, Nomor 2*.
- Setiadi, Erik Fahron, Alia Azmi, and Junaidi Indrawadi. 2019. “YouTube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial.” *Journal of Civic Education* 2(4):313-23.
- Stadlander, C. T. K.-H. (2009). *Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research. Microbe Magazine*. 4(11), 485-485.
- Syafe’i, Imam. 2017. “*Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentuk Karakter*”. Volume 8. Hal: 94.

- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Suyatno. 2010. “inovasi, market orientation dan advertising nternal audience serta pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan”. Volume 2, Nomor1. Hal : 46
- Tinambunan, Tresia monica, Chontina Siahian. 2022.”Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar”. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 5 No 1*.
- Warid Sitompul, Waldan, Siti Masitoh, Siti Pardiani Tanjung, and Kartini. 2022. “Penelitian Tentang Youtube.” *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi Vol 2 No 2:13–19*.
- Majalah Gema Sirojuth Tholibin Brabo*. 2013. Edisi Pertama: Desember.
- Majalah Gema Sirojuth Tholibin Brabo*. 2018. Edisi Keenam: November.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Foto Penelitian



*Gambar 3 Wawancara bersama Riyan Hidayatullah selaku koordinator tim media
@SirbinTV Putra*



*Gambar 4 Wawancara bersama Joan Pradevta selaku koordinator Tim media
@SirbinTV Putri*



Gambar 5 Wawancara bersama Abdul Manan selaku kameramen @SirbinTV Putra



Gambar 6 Wawancara bersama AD Reza Budi Saputri selaku kameramen @SirbinTV Putri



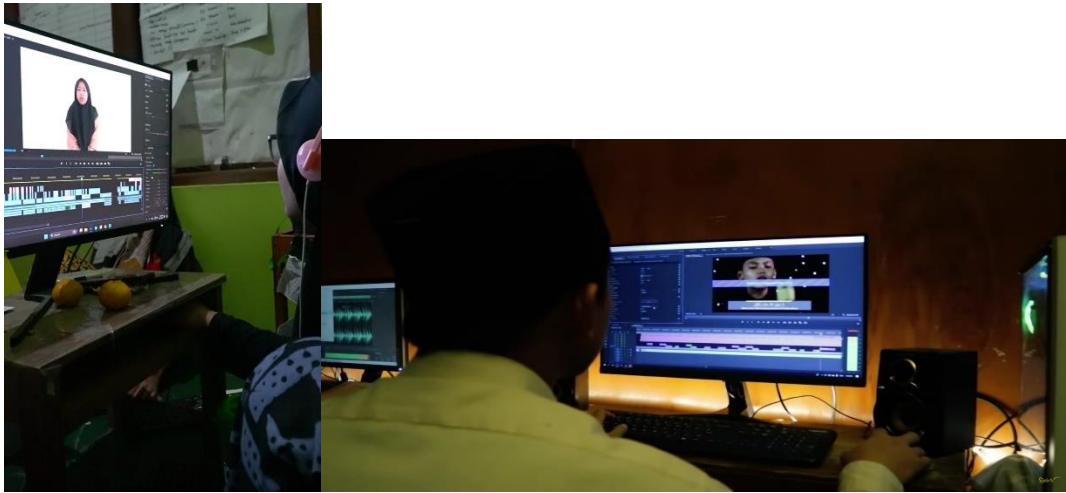
Gambar 7 Wawancara bersama Lubab Musthofa selaku Editor channel YouTube @SirbinTV Putra



Gambar 8 Wawancara bersama Fina Khoirotul Ummah selaku Editor Channel YouTube @SirbinTV Putri



Gambar 9 Proses Shooting konten channel YouTube @SirbinTV



Gambar 10 Proses Editing channel YouTube @SirbinTV



Gambar 11 proses take video konten channel YouTube @SirbinTV

DRAFT WAWANCARA

A. Wawancara untuk koordinator channel

1. Bagaimana sejarah di dirikannya pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo?
2. Apa visi dan misi yang dimiliki pondok pesantren Sirojuth Tholibin Brabo?
3. Bagaimana sejarah dibentuknya tim media SirbinTV?
4. Apa visi dan misi yang dimiliki oleh tim media SirbinTV?
5. Bagaimana struktur organisasi tim media SirbinTV?
6. Bagaimana ide inovatif untuk membuat channel YouTube ini muncul?
7. Apa yang menjadi keunikan atau nilai inovatif channel YouTube SirbinTV dengan Channel YouTube Ponpes lain?
8. Bagaimana respons masyarakat (santri, walisantri, atau masyarakat umum) terhadap inovasi channel YouTube SirbinTV?
9. Bagaimana strategi tim media dalam mempromosikan channel agar lebih dikenal?

B. Wawancara untuk tim kameramen

1. Bagaimana cara channel YouTube SirbinTV mengemas konten-konten dakwah agar lebih menarik?
2. Apakah ada teknik visual tertentu yang dianggap inovatif untuk menarik perhatian penonton?
3. Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan konten?
4. Berapa lama waktu yang digunakan dalam pembuatan konten?

C. Wawancara untuk tim Editor

1. Apa yang menjadi fokus tim editor saat mengedit video untuk memberikan kesan yang inovatif kepada audiens?
2. Apakah ada fitur atau software khusus yang tim editor gunakan untuk menghadirkan inovasi dalam konten dakwah?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Imanniatul Afitikha

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 07 Februari 2002

Agama : Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Email : imanniatul_afitikha_2001026044@walisongo.ac.id

Riwayat Pendidikan : - SD Negeri 1 Kalirejo
- MTsN 2 Grobogan
- MA Banat Tajul 'Ulum Brabo

Riwayat Organisasi : - HMJ KPI UIN Walisongo Semarang
- PMII Rayon Dakwah UIN Walisongo Semarang