ANALISIS VISUALISASI VIDEO MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN MINAT PARA ORANGTUA TERHADAP PONDOK PESANTREN ASSHOLACH

Senjaya Machfudi Zulkif, M.I.Kom[1] , Elvina Ali Fiqrotun Nisa[2]
senja@unupasuruan.ac.id , elvinaalifiqrotunnisa@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini aplikasi tiktok lagi ngetren ngetrennya selain itu dilihat dari jumlah penonton dan like video-video tiktok pondok pesantren lumayan banyak, Oleh karena itu dengan melihat tren media sosial untuk mempromosikan suatu instansi adalah aplikasi tiktok, Karena dengan mengikuti trending akan mendapat Target penonton yang lebih banyak. Dengan paparan yang telah di tulis di atas maka diangkatlah skripsi dengan judul «Analisis Visualisasi Video Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Para Orangtua Terhadap Pondok Pesantren Assholach».

Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Pondok Pesantren Assholach terletak di Dusun Kejeron, tepatnya di Desa Bayeman, Kecamatan gondang wetan kabuten pasuruan Lokasi Pondok Pesantren Assholach berada di tengah pemukiman penduduk yang tenang dan asri, sehingga kondusif untuk proses belajar mengajar. Seiring berkembangnya zaman untuk meningkatkan minat para orang tua melalui promosi berupa video dan audio yang baik dan bagus. Hal itu pun dilakukan oleh tim media pondok dengan nama akun Tiktoknya @santrikejeron.

Namun hanya untuk menghibur penikmat tiktok yang hanya utuk di lihat dan di tinggal Selain itu lokasi pondok pesantren Assholach berpengaruh pada pengaruh tiktok kepada orang tua di daerah pasuruan. Pondok pesantren Assholach terletak di kabupaten pasuruan namun agak ke daerah desa, bukan daerah kota. Kebanyakan dari para orangtua sekitar sini terutama kecamatan kecamatan terdekat tidak mempunyai hp android, terkadang punya namun tidak memiliki tiktok. Dengan banyak nya saran dan kritikan tersebut maka bisa disimpulkan bahwa banyak yang menginginkan akun Tiktok pondok pesantren Assholach @santrikejeron ini untuk berkembang maju dalam kemajuan zaman ini.

Kata kunci: *video, Tiktok,*

ABSTRACT

Currently the tiktok application is trending besides that judging from the number of viewers and likes of tiktok videos Islamic boarding schools are quite a lot, therefore by looking at social media trends to promote an institution is the tiktok application, because by following the trend will get a larger target audience. With the explanation that has been written above, a thesis was raised with the title «Analysis of Video Visualization Through Tiktok Social Media to Increase Parents' Interest in Assholach Islamic Boarding School».

According to Bogdan and Taylor, qualitative research is a research procedure that is able to produce descriptive data in the form of speech, writing, and behavior of the people observed. Assholach Islamic Boarding School is located in Kejeron Hamlet, precisely in Bayeman Village, Gondang Wetan Kabuten Pasuruan District The location of Assholach Islamic Boarding School is in the middle of a quiet and beautiful residential area, so it is conducive to the teaching and learning process. Along with the development of the times to increase the interest of parents through promotion in the form of good and good video and audio. This was also done by the cottage media team with the name of his Tiktok account @santrikejeron.

But only to entertain tiktok connoisseurs who are only to see and stay In addition, the location of the Assholach Islamic boarding school affects the influence of tiktok on parents in the Pasuruan area. The Assholach Islamic boarding school is located in Pasuruan regency but rather to the village area, not the city area. Most of the parents around here, especially the nearest sub-district, do not have an android phone, sometimes have but do not have TikTok. With these many suggestions and criticisms, it can be concluded that many want the Tiktok account of the Assholach Islamic boarding school @santrikejeron to develop forward in the progress of this era.

Keywords: *video, Tiktok,*

PENDAHULUAN

Dunia teknologi saat ini berkembang sangat pesat, sehingga semakin banyak yang memudahkan manusia untuk bekerja dan berkomunikasi, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media yang mewadahi kerjasama antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*) media sosial berfungsi untuk membagikan pesan. Pesan yg dibagikan dapat berupa berita, gambar, dan juga video.

Semakin canggih media sosial saat ini, semakin banyak pula orang-orang kreatif yang membuat berbagai macam konten dalam bentuk video untuk dibagikan ke media sosial, termasuk Negara Indonesia. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video-video dengan hal yang menarik pada pengguna, *smartphone* salah satunya terdapat pada aplikasi Tiktok.

Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri, Aplikasi ini tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan

Salah satu yang ikut menggunakan *platform* Tiktok adalah pondok pesantren Assholach Kejeron. Saat ini aplikasi tiktok lagi ngetren ngetrennya selain itu dilihat dari jumlah penonton dan like video-video tiktok pondok pesantren lumayan banyak,

Oleh karena itu dengan melihat *tren media sosial* untuk mempromosikan suatu *instansi* adalah aplikasi tiktok, Karena dengan mengikuti trending akan mendapat Target penonton yang lebih banyak. Dengan paparan yang telah di tulis di atas maka diangkatlah skripsi dengan judul "Analisis Visualisasi Video Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Para Orangtua Terhadap Pondok Pesantren Assholach".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dengan hasil akhir berupa kata-kata tertulis. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui

penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk diperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.

Penelitian ini akan menggunakan metode content analysis yaitu mendeskripsikan dan menganalisis tentang mempromosikan pondok pesantren Assholach dalam media sosial tiktok. Data yang peneliti peroleh berasal dari dokumentasi video tikok. Untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti memaparkan serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran objek penelitian

Seiring berkembangnya zaman untuk meningkatkan minat para orang tua melalui promosi berupa video dan audio yang baik dan bagus.muncul sebuah platform media sosial berupa tiktok. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video music tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini pada awalnya digunakan sebagai hiburan, namun semakin berkembangnya dan marak nya penggunaannya menjadi beragam termasuk untuk meningkatkan minat para orang tua dan promosi. Hal itu pun dilakukan oleh tim media pondok dengan nama akun Tiktoknya *@santrikejeron.* pondok pesantren Assholach merupakan salah satu dari banyaknya pondok pesantren yang menggunakan *platform* Tiktok ini sebagai strategi promosi. Di bawah ini akan dijelaskan struktur organisasi dari tim media pondok

Proses awal terbentuknya akun Tiktok ini bermula dari seorang pengurus tim media pondok pesantren yang bernama Mu'allim, santri asal Sulawesi Tengah, disini beliau sebagai admin media Pondok Assholach Kejeron, Sebelum akun TikTok pondok terbentuk, sebagai admin memiliki akun TikTok pribadi. Di Dalam wawancaranya beliau berkata “Seperti orang pada umumnya, saya juga sering scroll beranda Tiktok, Setelah agak lama saya scrolling, ternyata ada yg unik dari algoritma Tiktok ini sendiri dimana kita bisa mengatur video apa saja yg akan muncul di beranda kita atau biasa disebut FYP (For Your Page). Tentunya TikTok memiliki ribuan bahkan jutaan video yang beraneka ragam jenisnya. Lantas terbesit di benak saya, dengan melihat FYP TikTok yang ternyata tidak hanya konten positif, banyak juga konten-konten negatif yang tidak berfaedah bahkan merusak moral penerus bangsa. Maka dari itu saya berinisiatif untuk membuat akun TikTok Pondok pada tanggal 28 Oktober 2021”.

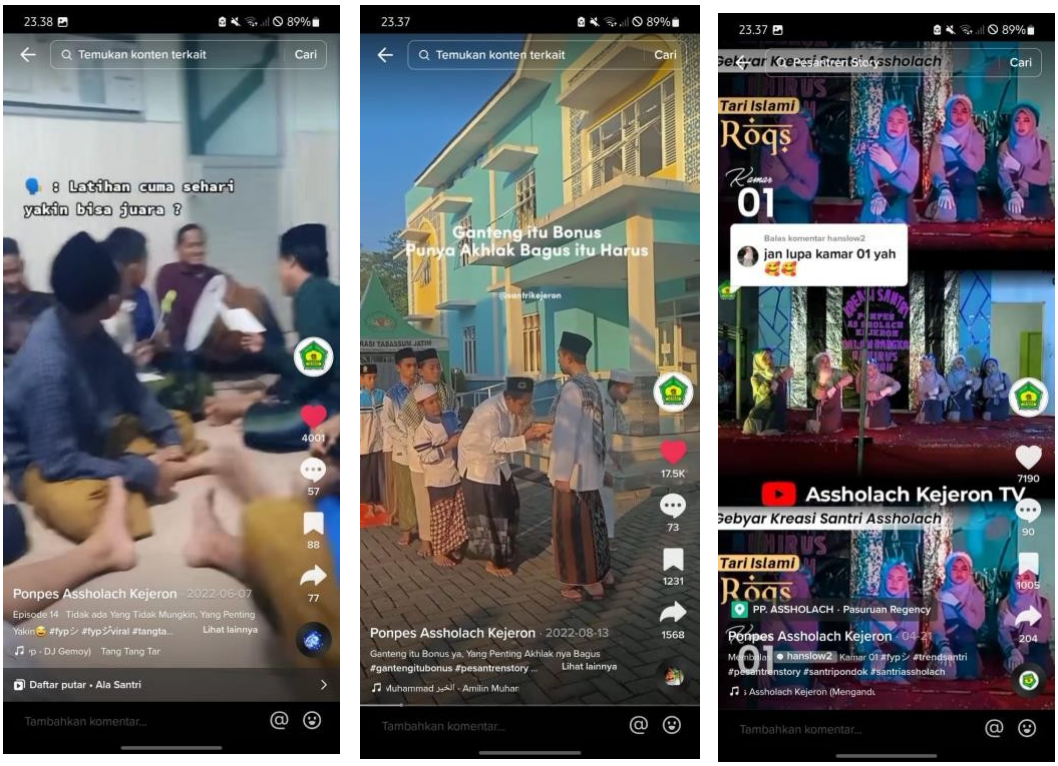
Paparnya Menurut yang beliau juga paparkan dalam wawancara nya bahwa Tentunya memiliki beberapa tujuan dengan adanya akun TikTok Pondok ini.

Tujuan yang pertama untuk media promosi dan mengenalkan lebih dekat wajah pondok pesantren Assholach Kejeron ke khalayak umum dikarenakan kita sekarang ini sudah memasuki zaman digital dimana semua orang lebih banyak mendapatkan informasi melalui internet atau media massa online. Memperlihatkan apa sih kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh santri Assholach, mengapa kok harus memilih pondok pesantren Assholach Kejeron, dimana letak ponpes Assholach ini berada, siapa saja Ustadz dan Santri yang berada dalam ruang lingkup Pesantren. Itu semua yang kami harapkan dengan adanya akun TikTok Pondok ini, yakni sebagai media promosi dan informasi.

Tujuan yang kedua adalah mengikuti perkembangan zaman. Dewasa ini, platform informasi yang ada seperti Instagram, YouTube, Facebook dan Twitter sudah mulai kalah peminatnya dibandingkan TikTok. Kini kita banyak melihat banyak orang mulai dari usia muda bahkan sampai usia tua sudah memiliki akun TikTok sebagai tontonan sehari-hari mereka. Itu membuktikan bahwa mereka juga tidak ingin kalah oleh zaman sehingga mengikuti setiap perkembangan yang ada. Sehingga pondok pesantren juga perlu mengikuti hal tersebut sehingga informasi yang tersebar bisa kita terima dengan baik dan lengkap.

Selain itu juga, bertujuan mengubah perspektif orang-orang tentang pondok itu kuno, pondok itu ketinggalan zaman dan lain sebagainya. Dan tujuan yang keempat adalah sebagai media hiburan. Selain sebagai media dakwah, akun TikTok Pondok juga mengisi kontennya dengan video lucu dan menghibur. Selain sebagai hiburan orang non santri, juga sebagai hiburan santri ketika sudah pulangan tiba. Tentunya tidak melewati batas candaan dan tetap bernuansa kesantrian. "*Dan yang terakhir, saya sebagai admin Akun TikTok Pondok berharap untuk kedepannya semoga akun ini bisa lebih berkembang lagi, bermanfaat bagi pondok pesantren dan khalayak umum, dan dapat menjadi inspirasi bagi pondok pesantren lainnya. Aamiin"* harapan beliau.

Akun Tiktok *@santrikejeron* dengan followers sebanyak 4,567 Gambar diatas menjelaskan bahwa jumlah pengikut pada akun *@santrikejeron* sebanyak 3,534 pengikut, Postingan konten pada akunnya mendapatkan 8,709 tayangan video, jumlah yang melihat profil sejumlah 214 kali, 475 suka dengan 15 komentar. merupakan akun promosi dan informasi, dengan menyajikan video video kegiatan pembelajaran di pondok pesantren assholach, kegiatan pondok pesantren hingga hal hal unik di pondok pesantren Assholach. Dari nama akun tiktok di namakan santri kejeron karena istilah kejeron sudah menjadi iconic pondok pesantren Assholach. Dan dari kata kejeron tersebut terdapat sejarah tersendiri.



gambar 1 bebrapa konten pondok pesantren Assholach

Dan di atas termasuk konten konten dengan view terbanyak menurut hasil wawancara bahwa konten tersebut mendapat view terbanyak karena memang menggunakan sound yang lagi viral dan untuk pengeditan nya menggunakan aplikasi capcut dan tiktok itu sendiri dengan menggunakan Teknik pengambilan gambar menggunakan komposisi Leading/Walking Room. Yang mana di gambar kan bahwa ada seseorang sedang berjalan, dapat juga ruang kosong untuk berjalan ini.

Untuk melihat ringkasan analisis akun Tiktok pondok pesantren Assholach peneliti akan sajikan gambar analisisnya:

gambar 2 hasil analisis akun tiktok @santrikejeron

Gambar diatas menjelaskan bahwa jumlah tayangan videonya dengan jumlah 491k dan untuk tampilan profil nya dengan jumlah 5880 dengan suka 14k dan komentar 313 dan dapat juga di lihat grafik nya sangat naik pada bulan mei hal tersebut dikarnakan dalam keadaan pulangan pondok pesantren karna susuai penelitian bahwa mayoritas pengikut dari akun *@santrikejeron* ini adalah dari alumni dan masih tercatat sebagai santri aktif dan dilihat dari tanyangan video nya termasuk sesuai dengan moment nya seperti pada pelaksanaan hari raya idul adha dan keseruan keseruan santri pada saat hari tersebut.

Sebagaimana terlihat pada gambar diatas, yakni gambar analisis pengikut pada gender dan wilayah te*gambar 3 analisis gender* dari postingan konten akun @sa*ntrikejeron* Analisisnya menunjukkan gender pada followers akun @sa*ntrikejeron* terdiri dari perempuan dan laki – laki. Namun, untuk persentasenya lebih banyak kaum perempuan dengan jumlah 72% dibanding kaum laki-laki dengan jumlah 28%. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan antara kaum perempuan dan laki laki ini tidak cukup tinggi hanya 44%, yang artinya peminat akun *@santrikejeron* ini rata hanya perempuan lebih 44% dari kaum laki laki. Selain itu, pada wilayah teratas, pengikutnya berasal dari wilayah Surabaya dengan persentase lebih besar yaitu 44% dan Jakarta sebanyak 34%. Dengan begitu, pengikutnya lebih banyak adalah warga lokal. Dapat di lihat pada gambar di bawah ini. Gambar di bawah ini menunjukan bahwasanya pengikut dari akun *@santrikejeron* ini bukan hanya dari pasuruan saja bahkan ada yang dari luar kota yakni Surabaya dengan persentase lebih tinggi 44%, Jakarta 34%, katu padang 10%, badung 7%, dan Mojokerto 5%,

gambar 4 analisis kota dari semua pengikut

Namun di lihat dari data santri yang mendaftar di pondok pesantren Assholach ini hanya warga dari kecamatan sekitar pondok pesanren tersebut dan untuk warga dari luar kota bahkan pulau juga ada namun hanya beberapa saja minoritas dapat juga di lihat di data dan diagram daerah asal santri pada tahun 2022 hingga saat ini di 2023 di bawah ini:

NO	DAERAH ASAL SANTRI	JUMLAH
1	PASURUAN	500
2	SIDOARJO	9
4	JAKARTA	1
5	SULAWESI	4
6	PROBOLINGGO	2
7	KALIMANTAN	1

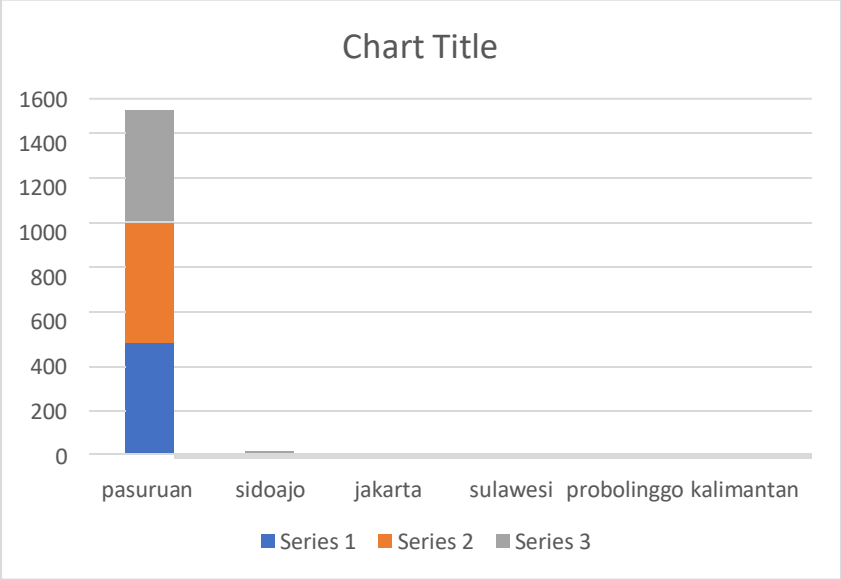


Table 1 daftar daerah asal santri

Dari data di atas dapat di lihat bahwa banyak nya pendaftar yang mendaftar di pondok pesantren Assholach ini adalah Pasuruan yang mana hanya di kecamatan

kecamatan sekitar pondok pesantren tersebut dengan jumlah 500 santri dan di daerah sidoarjo dengan jumlah 9 Jakarta dengan jumlah 1 Sulawesi dengan jumlah 4 santri probolinggo dengan jumlah 2 santri dan Kalimantan berjumlah 1 santri. Dan daerah daerah dari luarkota muapun luar pulau pun ada namun hanya segelintir saja dan melalui hasil wawancara terhadap beberapa santri merak menyatakan bahwa muncul nya minat pada pondok pesantren Assholach ini bukan karna akun Tiktok pondok pesantren Assholach *@santrikejeron,* dan mereka menyatakan bahwa mereka mengetahui pondok pesantren tersebut melalui alumni pondok pesantren

Yang artinya bahwa kekuatan alumni inilah yang paling berpengaruh terhadap minat para orangtua dan calon santri seperti hasil wawancara nya sebagai berikut " saya mengetahui pondok pesantren ini ya dari ikatan alumni ini mbak banyak tetangga saya yang mondok di sini, kata orang tua saya lek alumni ne apik pasti pondok e yo apik kata ya seperti itu" dan menurut berapa wawancara terhadap orang tua yang menyatakan " muncul nya minat saya tidak karna akun tiktok mbak wong saya ndak punya akun tiktok kok, saya memondok kan anak saya di pondok Assholach ini karena melihat beberapa alumni yang sukses di beberapa tetangga desa dan beberapa tentangga saya "

B. Paparan Data

Dalam setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat, sebab inilah yang telah dianalisis data yang digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dihasilkan suatu kesimpulan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan data lapangan sebagai alat untuk meraih tujuan serta mendapatkan data sebanyak mungkin. Penyajian data beserta analisis merupakan hasil penelitian yang dilakukan di Pondok Pesantren Assholach Kejeron Gondang Wetan Pasuruan.

Data ini diperoleh berdasarkan dokumentasi, observasi, dan wawancara, dengan kepala pesantren, pembimbing, dan Tim multimedia yaitu bagian bidang yang mengelola platform Tiktok (admin Tiktok) pesantren dan informan lainnya, pengelolaan media sosia tiktok sebagai sarana promosi di pesantren, sampai dengan dokumentasi yang sesuai dengan fokus penelitian tersebut.

1. Pengelolaan *platform* Tiktok sebagai sarana promosi di Pondok Pesantren Assholach Kejeron.

merupakan inti manajemen sehingga semua kegiatan organisasi yang bersangkutan harus didasarkan kepada rencana tersebut, dengan perencanaan memungkinkan para pengambil keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka secara guna dan berhasil. Dan merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah organisasi baik lembaga pemerintah maupun swasta, baik lembaga pendidikan maupun non pendidikan.

Kegiatan perencanaan dalam menganalisis kebutuhan pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi di pondok pesantren Darul Lughah Wal Karomah melakukan analisis swot untuk mengoptimalkan dalam optimalisasi media sosial, adapun analisis swot berupa kekuatan, kelemahan, dan kesempatan.

a. Kelebihan *platform* Tiktok
    1. Memiliki banyak pengguna
    2. Fitur Tiktok mudah digunakan
    3. Popular di semua kalangan

Sesuai wawancaranya Bersama ketua tim media mas arief menyatakan :

" Jadi gini mbak kami menggunakan *platform* Tiktok sebagai strategi marketing, informasi, komunikasi dan juga sekaligus berdakwah ini karena melihat beberapa keunggulan dari *platform* Tiktok, yang disukai dari segala kalangan dari mulai yang kecil hingga dewasa semuanya sudah kenal dengan yang nama nya Tiktok ini, terus fitur fitur nya tiktok itu buwanyak mbak dan mudah untuk di gunakan nya "

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak muhajir yusuf selaku pembimbing, menyatakan:

" kalau menggunakan Tiktok buat strategi marketing itu enak mbak soale lebih muda aja gitu buat pengguna buat ngakses nya, sehingga informasi yang disebarluaskan cepat tersampaikan"

b. Kekurangan *platform* Tiktok
    1. Tidak meluasnya informasi di kalangan masyarakat yang tidak menggunakan akses internet.
    2. Ketidakstabilan jaringan dalam mengaksesnya.

Sesuai wawancara dengan admin akun Tiktok pondok pesantren Assholach, menyatakan:

“Jadi, kelemahan dalam penggunaan media sosial kadang kan ada masyarakat atau wali santri yang sudah sepuh jadi tidak semua menggunakan media sosial kayak tiktok, dll “

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak muhajir yusuf selaku pembimbing, menambahkan:

“Seperti juga kendala sinyal otomatis berpengaruh dengan jaringan internet yang diaksesnya, misalkan rumahnya di pegunungan pastinya susah untuk menemukan sinyal yang stabil “

c. Kesempatan platform Tiktok

1. Optimalisasi media sosial baru

Sesuai dengan wawancara ketua tim multimedia Muhammad arief, menyatakan:

“Jadi gini mbak juga menyesuaikan dengan perkembangan media sosial, kalo dlu kan hanya sekedar facebook saja, tapi sekarang sudah beralih ke instagram, youtube dan bahkan sekarang sudah muncul yang lebih populer tiktok, “

Pondok Pesantren Assholach Kejeron dalam upaya pengelolaan media sosial Tiktok pesantren sebagai sarana promosi memilih beberapa langkah awal dalam menentukan perencanaan. Berikut wawancara dengan pembimbing, muhajir yusuf menyatakan:

“Sebelumnya pesantren sudah memiliki tim khusus, yaitu Tim multimedia. Dimana tim ini yang berperan dalam semua jenis pengelolaan media sosial pesantren, apa saja yang berhubungan dengan akun sosial media yang dimiliki pesantren maka Tim multimedia inilah yang bertanggung jawab sebagai pengelolanya. Upaya perencanaan dalam pengelolaan media sosial di pondok pesantren Assholach Kejeron, langkah awal diadakannya rapat musyawarah terlebih dahulu bersama semua pengurus pesantren dan semua anggota tim media sosial pesantren (Tim Multimedia). Di dalam

musyawarah tersebut terlebih dahulu kami menganalisis kebutuhan yang dibutuhkan. Apa saja yang akan dijadikan sebagai titik informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Juga rencana-rencana program yang akan dilakukan, hingga rincian anggaran pelaksanaannya. Dan pembagian tugas terhadap semua anggota (Tim Multimedia) yang bertanggung jawab penuh terkait dengan kegiatan pesantren"

Sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh penulis, di dalam pengelolaan media sosial, pesantren telah memiliki kepengurusan khusus bagian bidang pengelola akun media sosial pesantren yaitu disebut dengan Tim Multimedia pesantren. Langkah awal perencanaan yang dilakukan oleh pembimbing yaitu dengan mengadakan musyawarah terlebih dahulu guna mengetahui kebutuhan apa saja yang akan disampaikan kepada masyarakat. Rapat musyawarah yang dilakukan 1 sampai 2 kali dalam setahunnya, setiap satu tahunnya mengadakan rapat evaluasi sekaligus merencanakan satu tahun kedepan. Rapat dipimpin oleh pembimbing tim media, yang dilaksanakan pada sekitaran bulan juni dan juli pada pukul 20.00-21.30 tepat pada malam jum'at yang mana sebelum dimulai ketua humas terlebih dahulu membuka sekaligus memulai dengan sambutan pembuka, kemudian dilanjut dengan penyampaian poin-poin pembahasan yang akan dibahas di dalam rapat perencanaan. Kegiatan rapat musyawarah diikuti seluruh pengurus putra maupun putri serta ketua sekaligus anggota tim multimedia pesantren, yang bertempat di wilayah putra yaitu ruangan khusus yang biasa digunakan sebagai tempat rapat pesantren. Dimana dalam kegiatan musyawarah tersebut akan ditentukan sasaran dan tujuan hubungan kemasyarakatan melalui media sebagai sarana promosi pondok.

Seperti pada umumnya, dalam proses produksi video meliputi tiga tahapan, yang biasa disebut dengan Standard Operation Procedure (SOP) yakni pra produksi, produksi (yang meliputi pencarian objek), dan pasca produksi (penyuntingan video atau editing, mulai dari pemindahan video ke laptop atau lainnya dan dilanjutkan dengan proses penyuntingan menggunakan aplikasi editing. Video perlu disunting atau diedit agar video menjadi menarik saat dipublikasikan Pembuatan sebuah program atau konten pada umumnya dapat dibagi melalui siapa yang memproduksi konten tersebut, seperti:

a. .Program atau konten dibuat sendiri (In-House Production), seperti program berita (news programme) dan program terkait informasi. Contohnya laporan khusus, infotaiment, talk show, biografi tokoh, feature, film dokumenter.

Program yang menggunakan studio seperti game show juga termasuk program yang dibuat sendiri.

b. Program atau konten yang dibuah oleh pihak lain, khususnya jenis program hiburan seperti program drama (film, sinetron, telenovela), video klip atau program musik lainnya, variety show, reality show dan lain-lain. Suatu konten atau program akan berjalan sesuai rencana yang sudah ditetapkan, baik dengan cara memproduksi program sendiri ataupun mendapatkan dari sumber lain atau membeli.

Penjelasan diatas adalah proses pembuatan konten atau program acara yang biasanya ditayangkan di televisi, namun untuk zaman sekarang program- program tersebut sudah dapat diproduksi untuk ditayangkan di media sosial. Untuk proses produksi atau pembuatan video di media sosial dengan di televisi ada sedikit yang berbeda, namun tetap melewati tahapan-tahapan produksi pada umumnya, hanya saja medianya yang berbeda. Jika produksi di televisi biasanya harus memenuhi standar yang ada dan sesuai dengan tahapan yang sudah direncanakan sesuai aturan. Sedangkan produksi atau pembuatan video di media sosial dapat dibilang lebih bebas dan fleksibel. Apalagi jika akun media sosial tersebut hanya dikelola secara individu. Seperti yang dilakukan oleh admin akun Tiktok *@santrikejeron*, dalam pembuatan konten promosi Tiktok yang dilakukan secara individu, artinya bukanlah bersama dengan tim. Seperti penjelasannya "untuk konten yang tersebut saya sudah ditugaskan sama bapak pembimbing untuk memegang akun Tiktok pondok pesantren dan saya juga yang bertanggung jawab dengan akun tersebut, dari mulai menentukan ide pembuatan konten, pengeditan sampai penguploadan konten, namun sebelum proses penguploadan saya harus add terlebih dahulu terhadap pembimbing tim media."

Dapat disimpulkan bahwa admin akun Tiktok pondok pesantren Assholach ini dalam proses menentukan ide sampai konten tersebut dipublikasikan, itu melakukan nya sendiri sesuai tugasnya yang memegang dan bertanggung jawab atas berjalanya akun tersebut, namun harus terlebih dahulu acc terhadap pembimbing tim media konten layak untuk dipublikasikan atau tidak.

a. Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahapan perencanaan dan persiapan. Pra-produksi bisa diartikan proses yang dilakukan sebelum memulai produksi suatu program atau konten. Tahap pra produksi merupakan kunci keberhasilan dalam produksi. Kesulitan-kesulitan dapat

dihindari apabila produksi telah direncanakan dan dirancang dari jauh-jauh hari secara teliti dan hati-hati. Apabila suatu program dijalankan secara tim, maka diperlukan adanya suatu koordinasi serta pembagian job desk dan tanggung jawab dalam satu tim. Hal itu dilakukan supaya mudah untuk menjalankan produksi karena masing-masing sudah memiliki bagian tugasnya. Serta mudah untuk menemukan solusi atau memecahkan masalah-masalah dan kesulitan-kesulitan yang terjadi. Untuk tahap pra-produksi itu sendiri mempunyai tiga bagian, sebagai berikut:

1. Penentuan ide

   Pada tahapan ini yang perlu dilakukan adalah menemukan sebuah ide atau konsep untuk dikembangkan dan mengemasnya secara menarik. Kemudian dilanjutkan dengan riset dan pengembangan konsep atau gagasan. Yang dilakukan oleh admin Tiktok pada tahapan ini adalah dengan memberikan informasi tentang wajah pondok pesantren, dan menentukan ide dan konsep nya bagaimana akan menggunakan Teknik pengambilan video yang seperti apa yang bagaimana. Hal tersebut seperti yang diungkapkan olehnya.

   "Ya biasanya saya untuk penentuan ide nya dengan memberikan informasi informasi tentang wajah pondok pesantren dan diseling selingi dakwah yang dikemas dengan menggunakan kalam kalam al quran, hadis, dan kalam beberapa ulama' "

2. Perencanaan

   Perencanaan merupakan proses menindaklanjuti tahap penemuan ide. Tahapan perencanaan ini meliputi pembuatan naskah kasar dari hasil penemuan ide dan pengembangan gagasan, penyempurnaan naskah, menentukan peralatan yang akan dibutuhkan sesuai konsepnya seperti pemilihan kamera, penyelesaian administrasi kontrak dan perizinan, budgeting, penetapan jangka waktu (*time schedule)* untuk pembuatan konten dan pematangan produksi. Dalam penelitian ini, tahapan perencanaan yang dilakukan admin akun Tiktok *@santrikejeron* adalah menyusun ide ide yang akan disampaikan lalu meringkasnya. Setelah itu, menentukan konsep konten yang seperti apa yang akan dibuat. Setelah itu merencanakan peralatan yang akan digunakan. Lalu mengambil momen yang akan dijadikan konten.

Namun, berdasarkan dari pengamatan peneliti, konten dakwah yang dipublikasi di akun Tiktok miliknya tidak konsisten. Terkadang pada weekdays atau dalam jangka waktu yang lama tidak posting. Hal itu dikarenakan, belum ada izin dari pembimbing.

" biasanya saya merencanakan apa yang mau saya konten kan terus saya acc kan dan setelah itu jika sudah diberi izin langsung gasss melakukan persiapan alur nya mau bagaimana dan persiapan alat nya. Untuk *schedule* saya tidak bisa konsisten ya dikarenakan harus juga terbentur dengan waktu saya harus mengaji dan tanpa izin pembimbing "

3. Persiapan

   Tahapan persiapan ini meliputi penyelesaian materi atau tema dan alur nya atau dengan teknik lainnya sesuai konsep yang direncanakan. Selain itu, yang dilakukan pada tahapan ini adalah persiapan peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan pada proses produksi nanti, seperti kamera dan alat penunjang lainnya sesuai dengan yang sudah direncanakan.

   Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada tahapan ini admin Tiktok pondok pesantren menyiap kan peralatan yang akan digunakan dalam pembuatan konten, seperti kamera dan pencahayaan. Ia menggunakan kamera handphone dalam pengambilan gambar ataupun videonya.

   "saya juga tidak lupa mempersiapkan alat alat nya, saya hanya menggunakan hp saja karena lebih praktis saja dan tidak perlu highlight karena biasanya saya take video nya di outdoor"

4. Produksi

   Setelah proses pra-produksi telah selesai, maka tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan produksi. Tahap produksi merupakan semua kegiatan pengambilan gambar (shooting) baik di dalam studio maupun di luar studio. Peneliti melihat dari banyaknya konten video yang diposting oleh kun *@santrikejeron*, rata-rata tempatnya shooting nya adalah di luar. Pada dasarnya, kegiatan di tahap produksi ini adalah mengambil video dan bahan produksi lainnya yang menjadi penunjang dalam pembuatan konten video, seperti lokasi yang tepat, pencahayaan yang bagus, materi dan alur yang sudah disiapkan, dan kamera yang sudah siap untuk merecord. Untuk konsep kontennya itu tersendiri, yakni menampilkan hasil hasil juara juara yang sudah diraih oleh santri, dan informasi informasi tentang pondok pesantren dan beberapa klam kalam dari para ulama' yang dikemas mengikuti perkembangan tik tok, Setelah proses pembuatan konten dakwahnya selesai, langkah selanjutnya adalah pasca-produksi.

5. Pasca-Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari proses pembuatan konten video, yakni penyuntingan video. Admin Tiktok pondok pesantren Assholach *@santrikejeron* menggunakan kamera handphone untuk merekam videonya, dan penyuntingan video menggunakan aplikasi di handphone bernama Tik Tok dan Capcut[1] Itu artinya admin Akun Tiktok pondok pesantren *@santrikejeron* memiliki dua cara dalam proses ini, pertama merekam video di aplikasi Tiktok dan melakukan penyuntingan atau editing pada fitur bawaan di aplikasi tersebut, kedua merekam dan mengambil video menggunakan kamera bawaan di handphone, lalu menggunakan aplikasi tambahan, yaitu Capcut untuk proses penyuntingan atau editing. Setelah penyuntingan selesai, tahap selanjutnya adalah pempublikasian konten ke media sosialnya, yaitu TikTok, tapi harus selesai di acc oleh pembimbing.

Pada tahap ini, biasanya editor memilah shot-shot dan membangun lagi adegan sesuai dengan alur dari naskah yang telah dirancang. Pada tahap ini, terkadang bisa saja akan berubah total jika ada hal-hal yang kurang pas atau tidak bagus ketika melakukan produksi. Hal yang dilakukan oleh mas alim selaku admin adalah memilah shot yang bagus untuk dilanjutkan, membuang bagian-bagian yang tidak penting untuk dilanjutkan ke tahapan editing lainnya. Setelah setelah dipilah, yang dilakukan selanjutnya adalah menambahkan sound. Suara-suara atau lagu lagu yang direkam pada awal produksi dapat diedit dan dikembangkan kualitasnya agar semakin enak di dengar. Penambahan musik atau lagu juga diperlukan untuk mendukung dan memperbagus video. Pada tahap ini juga, mas alim admin *platform* Tiktok dapat menambahkan suara atau dapat disebut dubbing. Jika semua bagian sudah selesai diedit, maka video yang diproduksi sudah dianggap selesai dan siap untuk dipublikasi.

Sesuai yang di ungkapkan oleh admin *platform* Tiktok melalui wawancara:

"saya biasanya menggunakan capcut dan apk yang lain untuk pengeditan terkadang juga menambahkan sound sound yang lagi viral di tambah kata kata yang mengandung kebaikan yang bernilai dakwah juga "

6. Teknik pengambilan video

Dalam pengambilan video ini admin Tiktok ini hanya menggunakan *handphone* tanpa alat alat canggih lainya dalam beberapa konten admin akun tersebut menggunakan teknik Teknik pengambilan video di antaranya adalah:

- Teknik pengambilan adegan
- Dengan menggunakan pencahayaan yang alami yaitu sinar matahari karena dilakukan di luar rumah
- Sudah menggunakan angle yang berbeda
- Menggunakan sinematografi

A. Pembahasan

1. Strategi Yang Digunakan Untuk Menarik minat para orang tua Terhadap Pondok Pesantren Assholach Kejeron melalui platform tiktok

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua di Indonesia, eksistensinya sampai sekarang masih ada. Pertumbuhan dan perkembangan pondok pesantren tidak terlepas hubungannya dengan masuknya Islam di Indonesia. Namun sekarang dapat terlihat bahwa perkembangan dan kemajuan zaman yang sangat pesat di segala aspek dan peranan agama yang lebih kompleks, dalam perkembangan selanjutnya pondok pesantren di pengaruhi oleh perkembangan komunikasi yang sangat pesat. Pondok pesantren diharapkan mampu melakukan perkembangan- perkembangan ke arah yang lebih baik, yang tentunya sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman pada saat ini.

Dengan perkembangan zaman ini semakin berkembang juga media sosial nya dan semakin banyak orang orang kreatif yang ingin membagikan ide ide kreatif nya ke media sosial termasuk pondok pesantren Assholach. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video-video dengan hal yang menarik pada pengguna *smartphone* salah satunya terdapat pada aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri, Aplikasi ini tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan.

Sesuai dengan tujuan pondok pesantren Assholach yang ingin menjadikan *platform* tiktok untuk meningkatkan minat para orangtua terhadap pondok pesantren Assholach kejeron dengan mengenalkan wajah pondok pesantren, memberikan sebuah informasi ke khalayak umum, menyajikan tampilan tampilan yang menarik. pondok pesantren Assholach juga punya beberapa tujuan Tujuan yang pertama untuk media promosi dan mengenalkan lebih dekat wajah pondok pesantren Assholach Kejeron ke khalayak umum dikarenakan kita sekarang ini sudah memasuki zaman digital dimana semua orang lebih banyak mendapatkan informasi melalui internet atau media massa online. Memperlihatkan apa sih kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh santri Assholach, mengapa kok harus memilih pondok pesantren Assholach Kejeron, dimana letak ponpes Assholach ini berada, siapa saja Ustadz dan Santri yang berada dalam ruang lingkup Pesantren. Itu semua yang kami harapkan dengan adanya akun TikTok Pondok ini, yakni sebagai media promosi dan informasi. Sehingga membantu para orang tua yang ingin memondokkan anaknya ke pondok pesantren Assholach Kejeron

2. pengaruh tiktok terhadap minat orang tua pada pondok pesantren Ashholach

Dari data yang telah dipaparkan di atas kebanyakan penonton tiktok pondok pesantren Assholach banyak yang berasal dari kota kota besar, kecil sekali yang berasal dari wilayah local yaitu pasuruan. Setelah melakukan wawancara kepada santri Assholach memang banyak yang melihat konten tiktok pondok pesantren Assholach, namun sedikit mereka yang bukan bagian dari pondok mengetahui tentang tiktok tersebut.

Jika dilihat dari data santri pada administrasi pondok pesantren Assholach kebanyakan santri dari local pasuruan sendiri, meskipun ada yang dari luar pasuruan seperti Sulawesi, jawa tengah, malang. Namun dari kota kota yang banyak menonton tiktok pondok pesantren Assholach tidak ada yang mondok di pesantren Assholach. Hal ini bisa dikatakan tiktok *@santrikejeron* kurang berpengaruh pada minat orang tua agar mendaftarkan anaknya di pondok pesantren Assholach kejeron. Namun hanya untuk menghibur penikmat tiktok yang hanya untuk di lihat dan di tinggalkan. Selain itu lokasi pondok pesantren Assholach berpengaruh pada pengaruh tiktok kepada orang tua di daerah pasuruan. Pondok pesantren Assholach terletak di kabupaten pasuruan namun agak ke daerah desa, bukan daerah kota. Kebanyakan dari para orangtua sekitar sini terutama kecamatan kecamatan terdekat tidak mempunyai hp android, terkadang punya namun tidak memiliki tiktok. Sehingga menimbulkan salah target pemasaran.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari data yang telah dipaparkan di atas kebanyakan penonton tiktok pondok pesantren Assholach banyak yang berasal dari kota kota besar, kecil sekali yang berasal dari wilayah local yaitu pasuruan. Namun di lihat dari data dari pendaftar santri Sebagian besar pendaftar hanya penduduk lokal dan Sebagian kecil saja yang termasuk daerah kota besar seperti Surabaya

Hal ini bisa dikatakan tiktok *@santrikejeron* kurang berpengaruh pada minat orang tua agar mendaftarkan anaknya di pondok pesantren Assholach kejeron. Namun hanya untuk menghibur penikmat tiktok yang hanya untuk di lihat dan di tinggalkan. Selain itu lokasi pondok pesantren Assholach berpengaruh pada pengaruh tiktok kepada orang tua di daerah pasuruan. Pondok pesantren Assholach terletak di kabupaten pasuruan namun agak ke daerah desa, bukan daerah kota. Kebanyakan dari para orangtua sekitar sini terutama kecamatan kecamatan terdekat tidak mempunyai hp android, terkadang punya namun tidak memiliki tiktok. Sehingga menimbulkan salah target pemasaran.

B. SARAN

Di lihat dari data wawancara terhadap penduduk sekitar dan beberapa wali murid, sekaligus menggunakan google forms yang berkomentar bahwa konten sudah cukup baik dan menarik minat dan bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan tentang agama Namun akun Tiktok *@santrikejeron* ini untuk menambah atau memperluas lagi tentang informasi informasi tidak hanya pondok putra saja melainkan putri juga, dan untuk memperbanyak lagi konten terkait cuplikan2 pengajian dari pak kyai atau bu nyai atau ustad yg mungkin pembahasan nya cukup menarik, bisa berupa video pengajian atau hanya sebatas audio visual yg diberikan teks secara jelas. Dengan banyak nya saran dan kritikan tersebut maka bisa disimpulkan bahwa banyak yang menginginkan akun Tiktok pondok pesantren Assholach *@santrikejeron* ini untuk berkembang maju dalam kemajuan zaman ini.

Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat dijadikan referensi untuk penelitian kedepannya. Dan dapat dijadikan acuan yang bermanfaat untuk penelitian penelitian serupa kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

I Gusti Agung Ayu Kadek, Media Sosial dan Demokrasi, (Yogyakarta: Penerbit PolGov, 2017), hal. 15

Hariansyah, Millennials Bukan Generasi Micin, (Bandung: Guepedia Publisher, 2018), hal.

https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Pengertian-Kelebihan-Jenis-dan-Strategi-Digital

Marini Riska. *Pengaruh Media Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah*, (Bandar Lampung: Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019), hal. 35

7..https://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/risalah/article/view/1271#:~:text= Dakwah.

https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Pengertian-Kelebihan-Jenis-dan-Strategi-Digital-Marketing/d11829602a44885efef97d863b081f10997a9a30#:~

https://ngestiharjo.bantulkab.go.id/first/artikel/1070-Apa-saja-Kategori-Digital-Marketing-

https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/

x
https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok#:~:text=TikTok%2C%20dan%20padanannya%20dalam%20bahasa,3%20detik%20 hingga%2010%20 menit.

https://sipadu.isi-ska.ac.id/sidos/rpp/20211/rpp_111185.pdf

https://blog.opencloud.id/technology/istilah-dalam-tiktok/

Faris Yaasir ADY, Proses Produksi Video untuk Konten Media Sosial di Bagian Humas LLDIKTI III Wilayah Jakarta, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2020), ringkasan.

https://money.kompas.com/read/2022/08/05/223655626/pengertian-strategi-pemasaran-dan-contoh-contohnya?page=all&lgn_method=google

https://lezgetreal.com/contoh-hipotesis/#

https://sipadu.isi-ska.ac.id/sidos/rpp/20211/rpp_111185.pdf