

**PENGEMBANGAN KAPASITAS MEDIA DIGITAL
PONDOK PESANTREN AL FURQON MAGELANG**

***DEVELOPING DIGITAL MEDIA CAPACITY
OF AL-FURQON BOARDING SCHOOL IN MAGELANG***

Zuhud Rozaki^{1*}, Nur Rahmawati¹, Yudhi Pramudya², Elvina Nurroma¹

¹Prodi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

²Politeknik LPP Yogyakarta, Indonesia

*Email: zaki@umy.ac.id

(Diterima 18-06-2023; Disetujui 15-08-2023)

ABSTRAK

Penggunaan digital media dalam pengembangan pendidikan, termasuk pondok pesantren, menjadi sebuah keharusan di era informasi seperti ini. Semua orang haus akan informasi, dan dengan canggihnya teknologi informasi, membuat banyak orang dengan mudahnya mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja menggunakan internet. Pondok pesantren ini sebenarnya juga sudah menggunakan digital media dalam pengelolaan informasinya, tidak terbatas pada promosi, akan tetapi tampilan, konten dan desainnya masih sangat minim. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mengembangkan Pondok Pesantren Al Furqon Magelang untuk bisa meningkatkan *brandingnya* baik untuk internal dan eksternal menggunakan digital media yang menarik. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan media digital Pondok Pesantren Al Furqon Magelang. Metode yang digunakan adalah penyuluhan, diskusi, demonstrasi, konsultasi, monitoring, dan evaluasi. Kesemua metode tersebut menjadi satu kesatuan dalam proses pengabdian ini. Luaran yang diharapkan pada kegiatan pengabdian ini adalah mitra menjadi bisa lebih berkemampuan dalam pengembangan digital media pondok. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kualitas dan kuantitas konten pondok baik di Youtube ataupun di IG. Hal ini dilakukan agar nama pondok bisa lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas, sehingga konten-konten bermanfaat serta promosi pondok untuk calon santri bisa lebih gencar lagi.

Kata kunci: media digital, pondok pesantren, dakwah

ABSTRACT

The use of digital media in the development of education, including Islamic boarding schools, is a must in this information age. Everyone is hungry for information, and with the sophistication of information technology, many people easily access information from anywhere and anytime using the internet. This Islamic boarding school has actually also used digital media in managing information, not limited to promotion, but the appearance, content and design are still very minimal. Therefore, this service activity aims to help develop the Al Furqon Magelang Islamic Boarding School to be able to improve its branding both internally and externally using attractive digital media. This service aims to improve the digital media capabilities of Al Furqon Islamic Boarding School Magelang. The methods used are counseling, discussion, demonstration, consultation, monitoring and evaluation. All of these methods become a unity in this service process. The expected outcome in this service activity is that partners can be more capable in developing digital media cottages. The results of service activities show an increase in the quality and quantity of cottage content both on Youtube and IG. This is done so that the name of the cottage can be better known by the wider community, so that useful content and promotion of the cottage for prospective students can be even more intense.

Keywords: digital media, boarding school, dakwah

PENDAHULUAN

Pondok pesantren menjadi bagian tidak terpisahkan bagi kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia (Syafe' et al., 2017). Ini menjadi tempat bagi banyak orang menimba ilmu Agama Islam. Banyak orang yang sudah lulus dan berkontribusi di masyarakat dengan berbagai bentuk kemampuan mereka (Sari et al., 2014). Santri merupakan sebutan bagi orang

yang belajar di pondok pesantren. Secara umum, kontribusi yang bisa diberikan oleh alumni santri adalah kaitannya dengan agama, mereka menjadi kiayi, imam masjid, guru ngaji atau kegiatan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan agama Islam (Eka et al., 2020). Manfaat ini sudah banyak dinikmati oleh masyarakat. Dalam hal kontribusi dalam keagamaan, alumni pondok pesantren sudah sangat mudah melakukannya. Upaya pondok untuk terus mencari santri agar pondok terus bisa berkembang dan bertahan sejauh ini masih dilakukan secara manual dengan promosi-promosi melalui kunjungan ke berbagai sekolah (Andayani et al., 2017; Syafe' et al., 2017). Upaya untuk meningkatkan promosi di era sekarang ini bisa melalui digital media semisal media sosial atau media digital lainnya (Hermawan et al., 2022; Setiawan, 2023; Setyowardhani et al., 2019).

Hal utama dalam operasional pondok pesantren didukung oleh pembayaran SPP atau donasi dari donator (Sari et al., 2014). Penghematan dalam operasional pondok pesantren menjadi upaya yang dilakukan agar pondok pesantren terus bisa bertahan dan berkembang. Upaya kemandirian pondok pesantren perlu dilakukan, baik secara ekonomi dan non ekonomi (Eka et al., 2020). Oleh karena itu, perlu adanya upaya agar jumlah santri yang masuk bisa meningkat agar operasional pondok bisa terus bertahan.

Digital media, secara definisi adalah format konten yang dapat diakses oleh perangkat-perangkat digital (Ayuni et al., 2019). Media digital ini bisa berupa *website*, media sosial, gambar dan video digital, audio digital dan lain-lain. Pemanfaatan media digital saat ini sangat luas, tidak hanya untuk promosi, akan tetapi untuk *branding* juga terhadap suatu pihak baik perusahaan, sekolah, individu ataupun yang lainnya (Ambalegin et al., 2019). Dalam prosesnya, dampak media digital ini sangat banyak apalagi di masa sekarang ini rata-rata orang lebih banyak mengakses digital media daripada langsung secara fisik bertemu atau mengunjungi sesuatu (Apriyani et al., 2018; Khoerunnisa & Ri'aeni, 2021).

Penggunaan digital media dalam pengembangan pendidikan, termasuk pondok pesantren, menjadi sebuah keharusan di era informasi seperti ini (Indika & Jovita, 2017; Munawara et al., 2020). Semua orang haus akan informasi, dan dengan canggihnya teknologi informasi, membuat banyak orang dengan mudahnya mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja menggunakan internet. Pondok pesantren ini sebenarnya juga sudah menggunakan media digital dalam pengelolaan informasinya, tidak terbatas pada promosi, akan tetapi tampilan, konten dan desainnya masih sangat minim. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mengembangkan Pondok Pesantren Al Furqon Magelang untuk bisa meningkatkan *brandingnya* baik untuk internal dan eksternal menggunakan digital media yang menarik.

Pondok Pesantren Al Furqon Magelang (<http://ppsalfurqonmagelang.com/>) adalah salah satu pondok pesanter pencetak Hafidz Quran. Adanya pondok seperti ini menjadi pilar penting bagi kehidupan Indonesia, mengingat negara ini berasaskan Ketuhanan Yang Maha Esa. Sehingga Islam sebagai agama mayoritas, perlu terus disyiarkan, salah satunya lewat pondok pesantren. Al Furqon Magelang adalah sebuah pondok pesantren yang cukup modern dengan memiliki ijin dari kementerian agama dan memiliki berbagai prestasi. Faktor ekonomi Pondok Pesantren Al Furqon masih banyak ditopang dari SPP dan donasi. Sehingga jumlah santri yang masuk adalah sangat penting untuk menjaga keberlangsungan pondok.

Upaya itu bisa dilakukan dengan melakukan *branding* yang menarik dan mampu mendorong orang untuk menyekolahkan anaknya di pondok ini. Di era informasi seperti ini, *branding* seperti itu bisa dilakukan melalui optimalisasi digital media yang dimiliki seperti web, IG dan juga Facebook dengan konten-konten yang mampu meningkatkan ketertarikan internal dan eksternal terhadap berbagai aktivitas yang ada di dalam pondok (Setyowardhani et al., 2019).

Sejauh ini pondok sudah memiliki IG, facebook, dan *website*, akan tetapi secara konten dan pengembangannya masih sangat terbatas, desainnya juga hanya seadanya. Upaya peningkatan digitas media ini bisa sangat bermanfaat untuk pondok antara lain:

1. Mempromosikan pondok ke pihak eksternal termasuk calon santri.
2. Meningkatkan image pondok lewat *branding*.
3. Menjadi sarana pemantauan oleh wali santri terhadap perkembangan anaknya.
4. Menunjukkan sikap profesionalisme pondok.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan media digital Pondok Pesantren Al Furqon Magelang.

BAHAN DAN METODE

A. Penyuluhan dan Diskusi

Kegiatan ini dilakukan dengan meminta pihak pengelola pondok pesantren untuk menunjuk sekurangnya 5 orang pengembangan digital media. Materi yang diberikan pada pelatihan yaitu:

1. Pembuatan digital media yang menarik dan cocok untuk pondok.
2. Pentingnya digital media dalam pengembangan kualitas informasi pondok baik untuk internal dan eksternal.

B. Demonstrasi dan Praktek Teknologi Pembuatan Digital Media

Kegiatan ini dilakukan tim pengelola digital media pondok beserta pengelola. Demonstrasi dan praktek dengan mendatangkan pakar yang ahli dalam pembuatan konten digital media, baik itu gambar ataupun video.

C. Transfer/Alih Teknologi Tepat Guna

Transfer atau alih teknoogi tepat guna melalui teknologi pembuatan konten digital. Program ini juga akan memfasilitasi gimbal *stabilizer* dan alat paket *streaming*.

D. Konsultasi dan Pendampingan

Kegiatan ini dilakukan secara periodik untuk membina dan mendampingi pengelola pondok pesantren sampai berhasil memproduksi dan memanfaatkan Transfer Teknologi Tepat Guna dalam menghasilkan konten digital media.

E. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

1. Evaluasi Sebelum Pelaksanaan Kegiatan

Parameter yang digunakan meliputi kesanggupan, antusiasme dan kemampuan pengelola pondok pesantren dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan, kemampuan inisiatif dan pengembangan konten digital media.

2. Evaluasi Selama Kegiatan Berlangsung

Indikator yang digunakan meliputi pemahaman santri dan pengasuh pondok pesantren terhadap materi kegiatan, kemauan dan motivasi untuk mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari serta *sustainability*-nya pengasuh pondok pesantren untuk melanjutkan dan membina santri agar mencapai hasil yang maksimal.

3. Evaluasi Setelah Kegiatan Selesai

Indikator yang digunakan meliputi minat dan kemampuannya untuk bisa melanjutkan hasil transfer/alih Teknologi Tepat Guna, pelatihan serta pembinaan dalam peningkatan daya saing kualitas konten digital media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Umum Mitra

Pondok Pesantren Salafi Al Furqon Magelang terletak di kaki Gunung Merbabu dan Merapi, dengan udara yang bersih dan sejuk, membuat pondok ini cocok dijadikan sebagai tempat untuk menghafal Al Qur'an. Hal itulah yang menjadi salah satu hal yang mendasari pondok ini didirikan di sini, dengan tujuan utamanya untuk menciptakan para penghafal Al Qur'an yang mampu berbakti kepada agama dan negara. Level pendidikan yang disediakan di pondok ini yaitu setingkat SMP dan SMA, dengan sistem paket, dimana santri diharuskan

mengikuti program pendidikan selama enam tahun untuk SMP dan SMA. Alumni dari pondok ini banyak yang melanjutkan studi lanjut ke Madinah, Yaman, atau negara lain yang fokus pada pendalaman ilmu agama. Sejauh ini promosi pondok masih terbatas pada jejaring komunitas serta dari alumni-alumni yang menyebarkan informasi tentang pondok ini kepada teman atau keluarganya. Santri yang lulus tetap bisa mendapat ijazah negara dengan mengikut kejar paket, hal ini dilakukan untuk memfasilitasi santri-santri yang memiliki tujuan untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi. Jumlah santri mencapai hampir 200 dengan background yang bervariasi, termasuk daerah asalnya.

B. Persiapan dan Koordinasi

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan persiapan dan koordinasi agar akar permasalahan yang ada di mitra bisa digali serta penentuan kegiatannya menjadi tepat dan berkelanjutan. Persiapan dan koordinasi ini diisi dengan observasi awal ke Pondok Pesantren Al Furqon Magelang dan bertemu dengan pimpinan pondok yaitu Bapak Muhammad Abdullah. Dari pertemuan tersebut digali terkait hal apa yang kurang dan bisa dikembangkan untuk bisa meningkatkan posisi dan nama pondok pesantren di kalangan yang lebih luas. Dalam pertemuan tersebut disepakati yaitu untuk mengembangkan media digital pondok berupa IG dan Youtube agar mampu menarik perhatian calon santri. Mengingat sejauh ini untuk keuangan operasional pondok masih mengandalkan SPP santri serta donatur, sehingga menjaga dan meningkatkan jumlah santri menjadi poin penting dalam upaya menjaga keberlangsungan hidup pondok. Niat mulia untuk menciptakan santri penghafal AL Qur'an tidak akan berjalan dengan lancar bila tidak didukung oleh kondisi finansial yang kuat. Koordinasi selain dilakukan offline dengan bertemu langsung, juga dilakukan secara intensif menggunakan WhatsApp.

C. Penyuluhan

Penyuluhan pada kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan mengangkat tema "Pengembangan Media Digital Pondok Pesantren", yang dilakukan pada Rabu 17 Mei 2023. Yang hadir dari pihak mitra adalah perwakilan pimpinan pondok serta penanggungjawab media digital pondok ini. Metode penyuluhannya selain diberikan materi, juga ada diskusi terkait dengan pengembangan media digital pondok, serta berbagai isu pengembangan pondok.



Gambar 1. Suasana Penyuluhan



Gambar 2. PPT Pengembangan Media Digital Pondok

Peserta mendapatkan materi disertai dengan diskusi, yang membuat mereka menjadi lebih antusias dan terlibat proaktif dalam kegiatan penyuluhan (Gambar 1 dan 2). Dengan penyuluhan, akan menambah pengetahuan mitra terkait dengan pentingnya penggunaan media digital pondok (Apriyani et al., 2018).

D. Implementasi

Dalam kegiatan implementasi ini, tim pengabdian menyampaikan hibah berbagai alat penunjang pembuatan media digital pondok seperti gimbal *stabilizer*, *video capture*, kabel HDMI, mic, camera, *audio mixer*, dan yang lainnya. Selain itu, juga dilakukan pendampingan dalam pembuatan media digital, dimana pada kegiatan ini fokus pada konten IG dan *livestream* Youtube (Gambar 3 dan 4).



Gambar 3. Penjelasan Barang Hibah ke Mitra

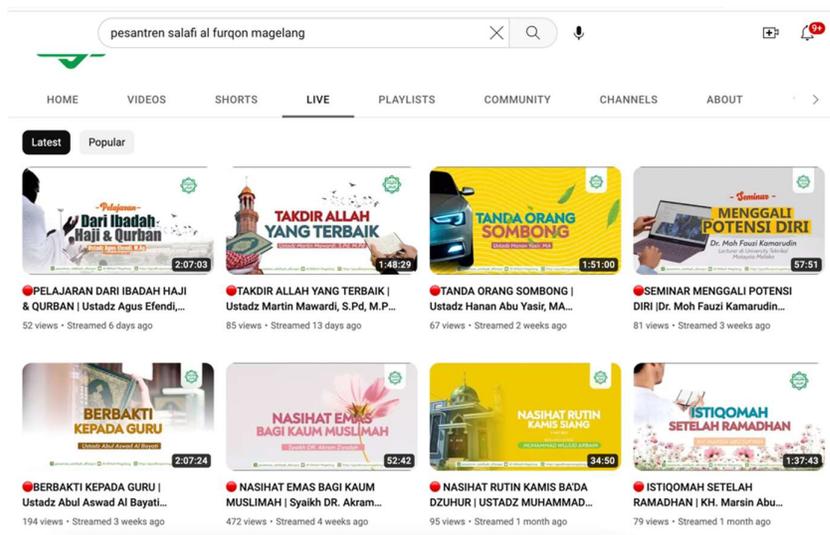


Gambar 4. Penyerahan Hibah Barang kepada Mitra

Setelah mitra mendapatkan materi tentang pengembangan media digital pondok, kemudian diberikan alat-alat pendukung, konten IG mitra menjadi lebih aktif dan kreatif dalam pembuatan kontennya (Gambar 5 dan 6). Serta setiap ada pengajian selalu *live stream* di Youtube pondok menggunakan alat yang sudah dihibahkan. Mitra tampak sangat menikmati pengembangan media digitalnya, yang sebenarnya sudah terpikirkan dari dahulu tetapi belum ada sumberdaya manusia dan alat yang bisa digunakan untuk mengembangkannya.



Gambar 4 Tampilan IG yang Lebih Menarik (@pesantren_salafiyah_alfurqon)



Gambar 5 Livestream Youtube yang Semakin Sering (@al-ikhlahsmagelang4745)

E. Rencana Tindak Lanjut

Rencana tindak lanjut yang dilakukan yaitu memantau dan mendampingi mitra untuk terus mengembangkan media digitalnya agar pondok lebih diketahui oleh orang luar dan akan meningkatkan jumlah santri untuk keberlanjutan hidup pondok. Selain itu akan dipantau terkait potensi kegiatan pengabdian selanjutnya yang dapat membantu pondok menjadi lebih mandiri secara finansial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pondok Pesantren Salafi Al Furqon Magelang adalah sebuah pondok pesantren yang bertujuan untuk menciptakan generasi penghafal Al Qur'an. Sejauh ini promosi pondok yang dilakukan masih sebatas kepada jaringan atau pertemanan. Media digital yang dimiliki yaitu Youtube dan IG, dimana konten-konten kegiatan serta promosi masih terbatas secara kualitas dan kuantitas. Melalui kegiatan pengabdian ini, pondok mendapatkan hibah berbagai alat untuk pengembangan media digital. Hal tersebut membuat pondok lebih aktif dan kreatif dalam membuat konten media digital baik Youtube dan IG.

Rencana tindak lanjut dari kegiatan pengabdian ini adalah pengembangan media digital pondok yang lebih luas lagi sehingga mampu mengangkat nama pondok dan meningkatkan jumlah santri yang masuk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan ucapan terimakasih kepada LPM UMY karena sudah memberikan hibah pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambalegin, Arianto, T., & Azharman, Z. (2019). Kampung Tua Nongsa Sebagai Tujuan Wisata Berbasis Kearifan Lokal Budaya Melayu Batam. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 67–75. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2863>
- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Apriyani, Y., Sutisna, H., & Adiwisastro, M. F. (2018). Cerdas Bermedia Sosial Di Era Digital Di Pondok Pesantren Daarul Muta'alimin Tasikmalaya. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.31294/JABDIMAS.V1I1.3165>
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The influence of digital media use on sales level of culinary package product among female entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129–142. <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Eka, P. D., Agusentoso, R., Suwanto, S., Aldy, H. L. N., & Gandung, M. (2020). Pengelolaan Keuangan Ponpes Dalam Rangka Peningkatan Masyarakat Mandiri Di Panti Asuhan Ikhwaniyah Cinta Yatim Dan Dhuafa. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 35–40. <https://doi.org/10.32493/J.PDL.V3I1.6277>
- Hermawan, F., Detra, A. E., & Eldrian, A. F. (2022). Pengaruh Media Digital Sebagai Sarana Promosi Dan Transaksi Bagi Pelaku Umkm Makanan Dan Minuman Di Masa Pandemi Covid-19. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 6(2), 493–505. <https://doi.org/10.52362/JISAMAR.V6I2.797>

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Khoerunnisa, K., & Ri'aeni, I. (2021). Penggunaan Media Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada Akun @Hijup.Com (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instargam @Hijup.com). *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 4(1), 30–44. <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/article/view/3676>
- Munawara, M., Rahmanto, A., & Satyawan, I. A. (2020). Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng: Studi pada Akun Media Sosial tebuireng.online. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 29–45. <https://doi.org/10.24090/KOMUNIKA.V14I1.3226>
- Sari, A., Sari, A. M., Utomo, S., & Redjeki, A. S. (2014). Peningkatan Motivasi Berwiraswasta Santri Pondok Pesantren Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Teknologi*, 6(1), 47–53. <https://doi.org/10.24853/jurtek.6.1.47-53>
- Setiawan, iwan. (2023). Optimalisasi Dan Pengembangan Produk Umkm Melalui Digital Marketing. *Abdimas Galuh*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.25157/AG.V5I1.8683>
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 19–26. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Syafe', I., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2017). PONDOK PESANTREN: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 61–82. <https://doi.org/10.24042/ATJPI.V8I1.2097>