

PERENCANAAN KOMUNIKASI PESANTREN AL-RISALAH BATETANGA UPAYA MENGATASI DIGITAL DIVIDE

Nining Artianasari¹, Muhammad Qadaruddin²

*Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Institut Agama Islam Negeri Parepare, Parepare Indonesia
niningartianasari@iainpare.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada Perencanaan Komunikasi Pesantren Al-Risalah Batetanga Upaya Mengatasi Digital Divide. keterbatasan teknologi, dan informasi yang kurang kreatif, unik menyebabkan masyarakat tidak begitu mengenal mengenai apa saja kelebihan yang dimiliki pondok pesantren Al-Risalah ini. Upaya pengembangan meski dilakukan secara bertahap, dengan memulai sebuah langkah pada peningkatan informasi sebagai proses ekspansi sosial pada ruang virtual. Hadirnya kelembagaan secara virtual secara perlahan meningkatkan performa kelembagaan Pendidikan keislaman di Polewali Mandar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi serta memperkenalkan kepada masyarakat mengenai pondok Al- Risalah Batetanga melalui company profile, informan penelitian ini adalah masyarakat, penelitian ini menggunakan teori new media dan teori digital divide untuk menganalisis peran penting media dalam menyebarkan informasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Company profile dalam bentuk video memberikan informasi secara meluas dan berdampak positif terhadap meningkatnya santri untuk menuntut ilmu di pesantren. Mempromosikan instansi dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi..

Kata kunci : *Perencanaan Komunikasi; Digital Divide; Pesantren Al-Risalah Batetanga*

Abstract

This research focuses on the Communication Planning of Pesantren Al-Risalah Batetanga: Efforts to Overcome the Digital Divide. The limitations of technology, less creative and unique information causes people to not really know about what the excellence of this Al-Risalah Islamic boarding school are. Development efforts though are carried out gradually, by starting a step on increasing information as a process of social expansion in virtual space. The presence of virtual institutions slowly improves the performance of Islamic Education institutions in Polewali Mandar. This research aims to provide information and introduce to the public about Pondok Al-Risalah Batetanga through a company profile. Subjects of this research is the community. This research uses new media theory and digital divide theory to analyze the important role of media in disseminating information. The approach used in this research is a qualitative approach with a case study method. Company profile in the form of video provides information widely and has a positive impact on increasing students to study at the pesantren. Promoting agencies and making it easier for people to get information

Keyword: *Communication Planning, Informatization, Digital Based, Pesantren Al-Risalah Batetanga*

1. PENDAHULUAN

Revolusi Digital mengubah kehidupan manusia. Nicholas Agar, bahwa Revolusi digital sebagai penggantian yang luas dan cepat dari mekanik dan teknologi elektronik analog dengan teknologi digital. Titik nol transformasi ini ditandai hadirnya komputer digital yang secara radikal mengubah cara kita berbagi informasi. Percepatan yang dapat diamati dalam kekuatan komputer menunjukkan bahwa transformasi dan di lokasi kita saat ini mengalami perubahan mendasar pada berbagai dimensi kehidupan manusia.

Indonesia seperti negara-negara di dunia telah berada pada limpaan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Menurut Halpen bahwa sejak penemuan dan pemanfaatan teknologi kabel optik dan *web browser* berimplikasi pada arus informasi yang tersebar di seluruh dunia semakin tidak terkendali dan mendorong sebuah kenyataan yang disebut sebagai “ledakan informasi digital”. Sistem komunikasi melalui integrasi dengan jaringan internet telah banyak mengubah wajah interaksi dan akses informasi. Indikator peningkatan pemanfaatan media dan informasi digital menyajikan data bahwa peningkatan pengguna internet kian meningkat setiap tahunnya. Tingkat pengguna internet Tahun 2020 mencapai 196,7 juta jiwa. Data tersebut apabila dibandingkan pada 2018 mengalami peningkatan dimana data jumlah pengguna internet hanya mencapai 171,2 juta jiwa. Survey APJII tahun 2020 pun menyajikan data tentang kenaikan jumlah pengguna internet Indonesia 2019-2020 dengan jumlah pengguna internet berjumlah 73,7 persen. Jika dibandingkan dengan tahun 2018 naik dari angka 64,8 persen. (<https://www.kominfo.go.id>, 2020)

Data di atas menyajikan fakta dominasi media digital menempatkan pola interaksi dalam kehidupan manusia pada gelimang informasi dan media, inilah yang dianalogikan McLuhan sebagai ‘*global village*’. Sebuah asumsi yang menggambarkan bagaimana determinisme media semakin mendominasi pada tatanan konsep, opini, rasio indra, cara berfikir, dan pola persepsi, serta kebiasaan manusia. Demikian pula arus informasi global sudah berada dalam genggaman setiap orang baik mengakses maupun dalam memproduksi informasi dengan kemudahan-kemudahan yang difasilitasi oleh media digital saat ini. Suatu kondisi komunikasi massa yang difasilitasi dengan hadirnya teknologi media mutakhir dimana semua orang tersambung dengan interaksi global akibat lahirnya media baru (*new media*) dengan sistem digitalisasi.

Seiring perkembangan global terkait penetrasi pemanfaatan media digital tersebut, peta kompetensi digital di Indonesia belum memberikan pengembangan yang menggembirakan. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 yang dipublikasi pada tahun 2019 mengungkapkan bahwa dari tiga sub indeks pada indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia yang meliputi: akses dan infrastruktur, intensitas penggunaan, dan keahlian atau kecakapan, maka subindeks ‘keahlian’ memiliki skor paling rendah. Hal ini berarti bahwa Indonesia masih memiliki kesenjangan digital (*digital divide*). (Monggilo, 2021)

Teori *digital divide* Pradip Thomas merupakan teori yang membahas tentang masyarakat yang tidak memiliki akses terhadap teknologi dan masyarakat yang tetap dilayani oleh teknologi. (Hidayat, n.d.) telah mengemukakan bahwa kesenjangan digital akibat beberapa keterbatasan. Kesenjangan infrastruktur TIK tetap sebagai faktor utama yang akan melahirkan bentuk kesenjangan lainnya seperti akses dan pemanfaatan antara individu, rumah tangga, bisnis, kelompok masyarakat tertentu khususnya yang bermukim pada area geografis pada tingkat sosial ekonomi tertentu yang pada akhirnya berdampak pada kesenjangan pemanfaatan bagi kesejahteraan.

Kesenjangan digital bukan hanya berfokus pada akses media semata, namun pemikiran lebih mendasar yang menjadi perenungan bersama dan menemukan jawabannya terkait ke mana arah manusia dalam transformasi teknologi digital, manusia harus menjadi bagian yang penting dalam komunikasi digital. Upaya peningkatan perluasan makna dari teknologi secara cepat menawarkan kesadaran terkait dari implikasinya bagi pemanfaatan yang lebih bermakna untuk setiap urusan manusia. Sebab, media digital telah mengundang setiap orang untuk melakukan

investasi seperti membeli perangkat untuk memudahkan urusan, namun apakah investasi tersebut telah sepadan dengan manfaat yang telah diperoleh.

Upaya mengatasi kesenjangan dari segi infrastruktur nyatanya telah dilakukan oleh pemerintah terkait (kominfo), sehingga pemerataan dalam akses digital telah memungkinkan dapat diakses oleh seluruh wilayah Indonesia. Selanjutnya, urgen untuk ditingkatkan adalah kesenjangan dalam menggunakan media digital untuk pemanfaatan dan penyebaran pesan-pesan dengan konten yang positif. Upaya mengatasi pun meski terus digalakkan secara bersama-sama khususnya pada lembaga-lembaga tertentu yang sangat rentan terhadap kondisi kesenjangan digital, sementara disisi lain memiliki kebutuhan akan penyebaran informasi terkait dengan pengelola lembaga publik seperti lembaga pendidikan.

Pesantren dan madrasah sebagai sebuah wadah pendidikan yang memiliki adab dan ilmu yang patut disebarluaskan dan mengisi konten-konten media digital yang sekarang ini sangat disenangi dan digunakan oleh hampir semua kalangan. Keberadaan sebuah Lembaga Pendidikan khususnya Lembaga Pendidikan Islam diupayakan berada pada agregasi yang selaras dengan perkembangan teknologi, dimana eksistensi secara berkelanjutan diekspansi melalui media digital. Hadirnya media sosial menjadikan proses interaksi dilakukan dengan mudah tidak terbatas ruang dan waktu. Remaja dalam mencari informasi adalah dengan menggunakan media baru atau internet. (Halim, 2015)

Pesantren dan Madrasah sangat mudah kita temui diberbagai daerah di Indonesia, namun ada beberapa daerah tertentu seperti Kabupaten Polman masih minim lembaga pendidikan Islam dibanding daerah lain di Indonesia. Di sisi lain Polman memiliki destinasi yang tidak kalah dengan destinasi dunia (*word heritage*) karena keindahan alam dan keunikan budayanya. Hal ini menjadi sisi keuntungan tersendiri yang diorientasikan pada masa mendatang dimana Polewali Mandar bukan hanya sebagai destinasi wisata namun menjadi tujuan pendidikan Islam dengan mapannya pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan keislaman seperti Pesantren dan Madrasah. Upaya pengembangan dilakukan secara bertahap, dengan memulai sebuah langkah pada peningkatan informasi sebagai proses ekspansi sosial pada ruang virtual. Hadirnya kelembagaan secara virtual secara perlahan akan meningkatkan performa kelembagaan Pendidikan keislaman di Polewali Mandar.

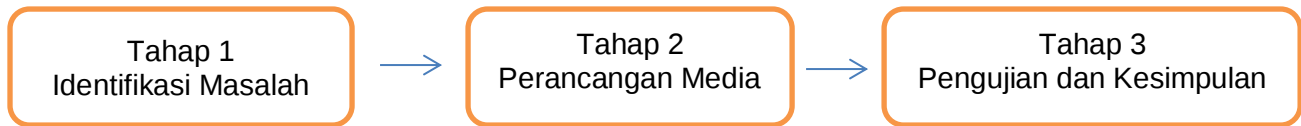
Teori yang digunakan untuk menganalisis komunikasi digital pesantren upaya mengatasi kesenjangan informasi adalah dengan menggunakan teori new media dan teori kesenjangan media, sehingga dengan adanya *company profile* menjadi solusi bagi pondok pesantren dalam meningkatkan informasi masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini yakni untuk memberikan informasi serta memperkenalkan kepada masyarakat mengenai pondok pesantren Al- Risalah Batetanga Kab. Polewali Mandar dan melalui *Project Company Profile* Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga Kab. Polewali Mandar.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan *Company Profile* Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga adalah menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti informasi, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dialami. Adapun teknik pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposif yaitu memilih responden dengan sengaja dan atas pertimbangan tertentu.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *linear strategy*. *Linear strategy* atau disebut dengan strategi garis lurus, yakni menetapkan urutan logis pada tahap perancangan sederhana yang sudah dipahami komponennya dan sudah dilakukan

berulang kali. Adapun tahap-tahap metode *linear strategy* dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 2. *Linear Strategy*

Tahap 1 merupakan tahap identifikasi masalah, pengumpulan data dan observasi. Identifikasi masalah yang dilakukan oleh Pimpinan Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga, diketahui bahwa penyebaran informasi yang dilakukan saat ini telah dilakukan melalui berbagai media, diantaranya melalui media offline maupun online, media offline yang digunakan diantaranya: media cetak berupa brosur dan leaflet, untuk media online hingga saat ini masih memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Tiktok dan website Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga. Tahap 1 Identifikasi Masalah, Tahap 2 Perancangan Media, Tahap 3 Pengujian dan Kesimpulan dengan informasi yang sangat terbatas. Secara khusus belum memiliki video profil yang sangat dimungkinkan untuk menyebarkan informasi lebih detail baik melalui internet maupun disampaikan langsung kepada para masyarakat. Sedangkan Bapak Dr. M. Ali Rusdi Bedong, S.Th.I.M.H selaku Pimpinan Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga mengatakan bahwa sebenarnya Pondok Pesantren ini memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh Pondok Pesantren lain, yaitu dari segi konsep yang mengangkat Eduwisata yaitu mengkombinasikan antara ciri khas *local wisdom* yang ada di Batetanga dengan pendidikan pesantren yang menjadi Distingsi daerah Batetanga dimana para santri akan dapat menikmati suasana alam yang diperoleh dari suasana sungai yang berada di pinggir pondok pesantren konsep ruang kelas yang terbuka serta sarana yang unik dari pondok pesantren tersebut seperti Kolam Renang untuk mendukung aktivitas para santri, namun informasi tersebut belum disampaikan secara detail dalam bentuk video profil.

Pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian, metode pengumpulan data ditentukan pula oleh masalah penelitian yang ingin di pecahkan, pengumpulan data merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu: *Field Research*, yaitu mengumpulkan data melalui penelitian lapangan dengan menggunakan metode sebagai berikut: observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik wawancara ini adalah peneliti dapat menangkap suasana batin responden, seperti gelisah, takut, senang, sedih atau jawaban yang tidak wajar, bahan jawaban bohong pun dapat segera terdeteksi. (Tajibu, 2013) Informan pada penelitian ini adalah masyarakat sekitar pondok pesantren Al-Risalah, pedoman wawancara (*interview guided*) kemudian didukung dengan alat untuk merekam hasil wawancara (*tape recorder*) dan alat dokumentasi. Sedangkan Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Keuntungan menggunakan dokumentasi adalah biasanya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien, sedangkan kelemahannya ialah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan kalau data yang salah cetak, maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya).

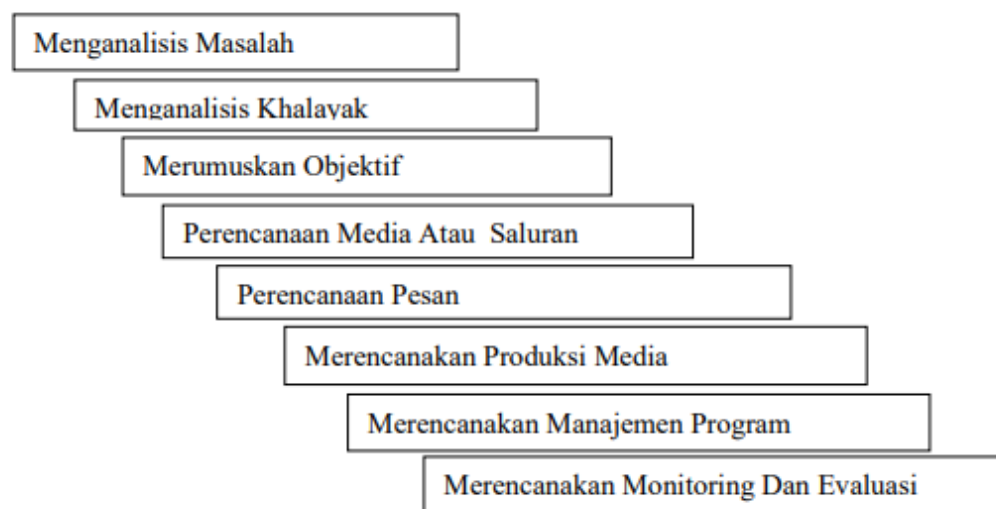
Teknik pengolahan dan analisis data. Pengolahan data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan pengolahan data, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Maka peneliti dalam mengolah data, akan menggunakan metode induktif yaitu berpikir dari khusus menuju kepada yang umum.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data dari Lawrence Newman menyebutkan dalam bukunya *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* yaitu: *Open Coding* Penyandian pertama dalam data kualitatif yang memeriksa data tersebut untuk meringkasnya menjadi kategori atau kode analisis awal. Mengekstraksi tema atau menjeneralisasi dari bukti dan pengaturan data untuk memaparkan gambar yang konsisten dan koheren. (S.Kp & Dwi anggraeni, 2011) Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Wawancara. *Axial Coding* (Penyandian Aksial) Tahap kedua dalam penyandian data kualitatif yang terjadi ketika peneliti menyusun kode, menautkannya, dan menemukan analisis utama. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Tema. *Selective Coding* (Penyandian Selektif) Tahap terakhir dalam penyandian data kualitatif yang memeriksa kode-kode sebelumnya untuk mengidentifikasi dan memilih data yang akan mendukung kategori penyandian konseptual yang telah dikembangkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Analisa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Perencanaan Pembuatan Vidio Profil Pesantren Al-Risalah Batetanga

Kesenjangan informasi yang terjadi pada masyarakat Batetanga menyebabkan rendahnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya keberadaan pondok pesantren sebagai salah satu elemen penting dalam pembangunan bangsa, penelitian ini menganalisis terkait cara pondok pesantren dalam menyebarkan informasi, pada pesantren Al-Risalah menggunakan perencanaan komunikasi yang menganalisis masalah, menganalisis khalayak, merumuskan objektif, memilih media/saluran komunikasi, mengembangkan pesan, merencanakan produksi media, merencanakan manajemen program serta merencanakan monitoring dan evaluasi. Struktur model perencanaan yang digunakan pondok pesantren sesuai dengan komunikasi Assifi dan French yakni:



Model perencanaan yang dibuat oleh Assifi dan French kelihatan sangat sederhana yakni linier, tetapi menunjukkan tahapan yang sangat sistematis dari awal sampai akhir. (Fachri, 2015) Perencanaan dimulai dengan analisis masalah tentang kurangnya masyarakat yang mengenal pondok pesantren, langkah ke dua menganalisis khalayak atau target pesan yang akan disampaikan terkait dengan sosialisasi pondok pesantren, khalayak yang menjadi target adalah masyarakat umum, khususnya orang tua dan siswa SD yang akan melanjutkan studi di pondok pesantren.

Teori pertama adalah teori ekologi media Marsal Mc Luhan merupakan tokoh yang melandasi lahirnya Teori Ekologi Media, bagi Mc Luhan teknologi yang ada mempunyai pengaruh yang kuat bagi masyarakat, selain itu masyarakat dalam kehidupan sosialisasi juga tidak terlepas dari kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi. Teori ekologi media menggambarkan bagaimana media mempengaruhi persepsi, emosi dan perasaan manusia.(Susanti, 2021) Media secara tidak langsung merupakan penggerak serta pembentuk dari hadirnya sebuah budaya. Sementara, jika merujuk pada beberapa tokoh ilmuwan lainnya, juga mengungkapkan bahwa teori ekologi media merupakan faktor determinan dalam kehidupan manusia dan turut menentukan bagaimana manusia berperilaku.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pembina pondok pesantren bahwa “Pondok pesantren harus memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi, karena tanpa teknologi pesantren tidak akan dikenal

Media mengkaji bagaimana efek-efek yang dihasilkan dari teknologi itu sendiri dan bagaimana manusia melakukan habit sesuai dengan perkembangan media. Mc Luhan juga menyatakan, bahwasanya khalayak atau manusia dalam kehidupannya sehari-hari tidak bisa lepas dari teknologi, teknologi dan manusia merupakan sesuatu yang memiliki timbal balik satu sama lain atau memiliki sifat simbiosis. Termasuk dalam dimensi pendidikan dan dakwah Islam sudah harus berkolaborasi antara pendakwah dengan kemampuan digital itu sendiri. Dengan demikian McLuhan mengatakan bahwa *media is message* menjadi berarti karena media tidak hanya dipandang sebagai saluran belaka namun juga memiliki arti penting dalam membangun kualitas sumber daya manusia baik kognisi, afeksi, dan tindakan-tindakan. Media massa tidak hanya memberikan efek kognitif saja, namun juga memberikan efek prososial.(Fitriansyah, 2018)

Menurut pembina pondok Pesantren bahwa “dengan adanya media atau profil pesantren, maka masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi apa saja yang menjadi keunggulan pondok pesantren dan mampu mengubah cara pandang masyarakat tentang pondok pesantren.

Seiring perkembangan teknologi yang menjadi saluran komunikasi, semakin membuka ruang bagi masyarakat untuk memenuhi hak terhadap perolehan akses informasi yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Pola arus informasi makin mengalami perubahan seiring revolusi teknologi dengan hadirnya media baru. Apabila dalam teknologi komunikasi cetak dan penyiaran masih diseminasi oleh pola linear, maka kehadiran internet mengubah arus informasi dalam pola interaktif, sehingga keberadaan masyarakat sekarang ini dikatakan sebagai masyarakat informasi. Daniel Bell (1973) menggunakan istilah *post industrial society* sebagai masyarakat informasi yang menggantikan produksi barang dengan sistem pengetahuan dan inovasi pelayanan sebagai strategi transformasi masyarakat.(Riady, 2010)

Menurut Pembina Pondok “bahwa di era digital saat ini, pondok pesantren tidak hanya mengandalkan dakwah melalui mimbar, namun juga perlu melakukan dakwah melalui media, sehingga pesan-pesan dakwah dapat disebar secara luas.

Masyarakat informasi sebagai dampak tidak terpisahkan dari ekspansi teknologi sesuai konsep McLuhan yaitu *medium is the message* yang menggambarkan kondisi masyarakat yang tidak hanya melihat komunikasi pada tataran komunikator dan pesan, namun media turut menjadi memengaruhi makna dalam komunikasi. Mc Luhan meramalkan bahwa manusia telah menyerahkan seluruh tubuhnya kepada teknologi termasuk budaya yang mereka miliki, oleh karena itu manusia harus mendengarkan teknologi, pendapat tersebut dikarenakan

kekagumannya terhadap perkembangan teknologi.(Ruge et al., 2010) Komunikasi massa dari pasif menjadi interaktif dan telah digambarkan McQuail dimana individu-individu bergantung pada keberadaan kompleksitas informasi berbasis digital dalam aktivitas komunikasi.(Qadaruddin, 2013) Oleh McLuhan juga telah diprediksikan akan munculnya masyarakat informasi ini dengan menyebutnya sebagai *global village* yaitu era keleluasaan memperoleh informasi secara global dengan akses yang lebih mudah dan cepat sebagai penanda transformasi era masyarakat industri pada abad ke-19 dan ke-20 ke masyarakat informasi.

Berdasarkan wawancara Pembina pondok “bahwa santri saat ini perlu menguasai teknologi, sehingga selain ilmu agama juga seorang santri tidak ketinggalan informasi, saat ini

Jika masyarakat informasi adalah masyarakat masa depan dan industri informasi adalah industri masa depan, maka kewajiban kita adalah mempromosikan informasi. Industri *structure council* di kementerian industri dan perdagangan Internasional Jepang memulai kebijakan informasi tahun 1965 dengan kebijakan reformasi struktur industri. Urgensi informasi dengan asumsi bahwa hirarki kebutuhan manusia dari Abraham Maslow dan nilai post industrial dari Ronald Inglehart sering disebut sebagai jawaban atas pertanyaan ini. Teori tersebut mengedepankan argumentasi bahwa minat dan perhatian manusia bergeser dari kebutuhan dasar seperti makanan dan keamanan setelah kebutuhan itu terpenuhi maka akan bergeser pada kebutuhan yang lebih tinggi termasuk hiburan, berita, informasi dan pengetahuan. Teknologi khususnya Gadget sudah menjadi kebutuhan masyarakat modern saat sekraang ini.(Milla, 2022) Oleh James Benigner juga mengedepankan jawaban atas pertanyaan tersebut dalam dua kategori yakni: teknologi untuk mempercepat kecepatan dan memperkaya efisiensi; dan teknologi untuk mengontrol mesin.

Menurut masyarakat Batetanga ”kebutuhan informasi saat ini sangat tinggi, sehingga masyarakat sangat tergantung pada perkembangan teknologi, sehingga informasi lebih mudah untuk diakses”

Informasi dalam pengertian yang paling luas merujuk pada perkembangan, peningkatan dan difusi informasi ke seluruh masyarakat. Proses informasi sangat mempengaruhi masyarakat melalui banyak cara agar efek proses informasi dapat bermuara pada perubahan sosial yang positif.

Teori lainnya adalah teori digital divide. Konsep mengenai kesenjangan digital diciptakan dan dipopulerkan oleh mantan asisten sekretaris *Commerce for Telecommunications and Communication*, Larry Irving, Jr. Awal teretusnya konsep tersebut karena ketertarikan mengkaji perbedaan kemampuan akses layanan informasi akibat daya beli terhadap perangkat komputer untuk menunjang akses layanan informasi yang berbeda antara warga yang berpenghasilan rendah tidak memiliki kemampuan membeli perangkat komputer, sehingga mereka memiliki keterbatasan akses terhadap layanan informasi (Ali dan Zahra, 2015). Seiring massifnya perkembangan teknologi, konsep kesenjangan digital berubah dan mengalami pergeseran. Salah satunya adalah kesenjangan digital yang dijelaskan oleh Van dijk yakni menggambarkan bahwa kesenjangan digital tidak sebatas pada konsep ‘kesempatan akses dan kemampuan akses’ melainkan dapat dilihat dari empat faktor, yaitu *motivation, physical and material access, skills access, dan usage access*.

Menurut Pembina Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga "bahwa saat ini teknologi menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat maupun santri, namun tidak semua masyarakat memiliki dan mampu mengakses informasi karena mereka tidak memiliki smartphone, ada juga yang tidak mengetahui penggunaan beberapa aplikasi"

Motivasi merupakan keinginan atau kemauan individu untuk terhubung dengan teknologi informasi. Faktor-faktor yang memengaruhi motivasi penggunaan teknologi informasi oleh individu yaitu, faktor sosial dan faktor psikologi. Faktor sosial mengarah pada tidak tertarik individu terhadap teknologi informasi sebab masih memelihara anggapan bahwa mereka tidak membutuhkan teknologi informasi, tidak memiliki waktu atau kesempatan untuk menggunakan teknologi informasi. Komunitas pesantren pada umumnya memiliki asumsi tersebut sehingga umumnya pesantren menjadi komunitas yang tidak familiar dengan media digital.

Skill acces terkait dengan kemampuan memanfaatkan media digital untuk tujuan-tujuan tertentu. Apabila dikaitkan dengan dakwah yang menghendaki hadirnya perubahan perilaku maka *skill acces* media digital menjadi salah satu kemampuan yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan penyebaran informasi. Artinya, literasi digital bukan hanya konsep dan praktik yang menitik beratkan pada kecakapan untuk menguasai teknologi. Literasi digital lebih dominan ditekankan pada kecakapan penggunaan dalam melakukan proses produktifitas. Selain memiliki memiliki kecakapan atau kemampuan mengoperasikan alat digital, juga mampu bermedia digital dengan penuh tanggung jawab. Sebagaimana kompetensi digital yang telah ditetapkan oleh kementerian Kominfo yang menetapkan empat kompetensi digital meliputi *Digital skill, digital cultrure, digital ethics, dan digital safety*.

Perencanaan *project company profile*

Perencanaan komunikasi dalam membuat *project company profile* akan berfokus pada pengenalan pondok pesantren secara umum terlebih dahulu kemudian beralih ke informasi detail seperti apa saja sarana dan prasarana yang digunakan serta memperlihatkan kondisinya secara jelas.

Menurut Pembina Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga "bahwa saat ini pesantren perlu memiliki fasilitas yang mendukung perkembangan teknologi yang ada di pesantren, di pesantren ini sudah dilengkapi fasilitas komputer dan jaringan internet"

Kemudian menjelaskan apa saja program yang dilaksanakan dan apa saja prestasi dari santri-santri. Dengan informasi tersebut diharapkan masyarakat akan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk mengenal pondok pesantren Al-risalah. Perencanaan komunikasi adalah bagian dari manajemen komunikasi strategis yang mana merencanakan secara terus menerus untuk setiap struktur komunikasi bukan hanya program, namun juga merencanakan komunikator, pesan, media, khalayak, dan evaluasi umpan balik.(Ropik, 1970) pondok pesantren dalam merencanakan program tidak terlepas dari siapa yang akan menjadi komunikatornya, apa media yang digunakan, siapa yang akan menjadi target.

Menurut Pembina Pondok Pesantren Al-Risalah "ada beberapa program yang diberikan kepada santri di pondok pesantren ini diantaranya adalah : Kegiatan Harian atau Yaumiah seperti Pelaksanaan Tahajud dan Witir Wajib dilakukan oleh seluruh santri yang dilanjutkan dengan shalat subuh dan zikir dan kegiatan maqadiyah ketiga kegiatan proses belajar mengajar metode al miftah sinugiri untuk santri tahazuz dan beberapa program

yang lainnya”

Dalam mencapai hal di atas tentunya tim kami membutuhkan bantuan dari pihak pesantren untuk memberikan informasi yang lengkap dan transparan, selain itu penting bagi tim kami untuk bekerja sama dengan baik agar setiap proses yang akan dijalani dapat berlangsung dengan baik dan dapat menghindari atau meminimalisir segala kendala yang akan dihadapi. Selain itu, Tim perlu menyiapkan sarana dan prasarana untuk menghasilkan video profil yang memuaskan dan juga dapat diterima oleh pihak pondok pesantren Al-Risalah Batetanga. Pengembangan pesan berarti cara mempengaruhi publik sehingga pesan dapat menciptakan efek tertentu, (Handes, 2019) perencanaan kreatif yang unik, menarik dan berbeda dengan pesantren yang lainnya.

Perencanaan Media atau Saluran *project company profile*

Media merupakan alat atau sarana yang akan digunakan oleh tim kami dalam menyebarluaskan hasil video. Media yang akan dipergunakan dalam proses publish dan menyebarkan profil video yakni media sosial. Media sosial dipilih karena platform media sosial memiliki pengguna yang paling banyak serta media sosial lebih fleksibel dan lebih mudah untuk diakses oleh siapapun.

Wawancara Tim IT Pondok Pesantren Al Risalah Batetanga “pemilihan media sosialisasi pesantren sangat penting, perlu diperhatikan siapa yang menjadi target penyampaian informasi, banyak sekali media yang dapat digunakan untuk sosialisasi”

Jenis platform media sosial yang akan dipilih yakni; Media Publishing. Media sosial yang digunakan untuk mempublish video company profile adalah channel youtube. Hasil karya company profile dari Core Production akan diupload di channel youtube Pondok Pesantren Al-Risalah Batetanga dan LK Channel. Mengapa tim kami memilih mengupload hasil video di LK Channel, karena channel itu sudah memiliki subscriber yang lumayan banyak dan kebanyakan dari subscribarnya adalah mahasiswa yang sangat mendukung karya-karya yang dihasilkan oleh LK Channel, sehingga akan membantu untuk membagikan video kami ke berbagai pihak.

Media Penyebaran, media penyebarluasan adalah media yang digunakan untuk menyebarluaskan video atau karya yang telah di publish di Channel Youtube. Adapun media yang dipilih untuk menyebarluaskan karya adalah media social seperti : *Instagram* : tim kami akan membuat akun instagram bernama “CORE Production” dan akun tersebut akan digunakan untuk mengupload video profil pondok pesantren Al- Risalah di story instagram dan reels. Selain itu kami juga akan mengupload link youtube video profil di story instagram dari masing masing tim. *Whatsapp* : Tim akan membagikan link youtube dan instagram di story dan juga membagikan link di grup grup whatsapp.

Perencanaan Pesan *project company profile*

Pada video ini terdapat beberapa pesan yang akan disampaikan diantaranya yaitu: Pertama, Pesan visual: Pesan ini berupa video dan gambar sekitaran pondok pesantren Risalah Batetanga, video kegiatan yang dilaksanakan santri dan juga wawancara dari berbagai narasumber, Kedua, Pesan visual Audio : pesan ini berupa narasi oleh VO dan background yang mendukung. Ketiga, Pesan teks : berupa teks yang menjadi keterangan atau penjelas dalam video.

Perencanaan Produksi dan Media *project company profile*

Perencanaan media merupakan proses pengarahannya kepada khalayak pada waktu dan

tempat yang tepat dengan menggunakan saluran yang tepat. Perencanaan media dengan memilih media yang tepat untuk digunakan dalam memperkenalkan pondok pesantren. Perencanaan media perlu mempertimbangkan target dan segmen yang menjadi tujuan penyebaran informasi.

Pra Produksi, Pada tahapan pra produksi tim kami akan melakukan observasi di lokasi, kemudian melakukan wawancara untuk mengumpulkan data serta informasi. Setelah itu tim akan menentukan gagasan ide, menentukan narasumber serta talent yang akan dimasukkan dalam video dan menentukan spot serta angle pengambilan gambar. Selanjutnya tim akan mempersiapkan peralatan yang akan digunakan untuk kebutuhan produksi, adapun peralatan yang dibutuhkan yakni ;

NO	Nama Alat	Jumlah
1.	Kamera DSLR	2
2.	Tripod	1
3.	Mic Clip	2
4.	Laptop	1

Produksi, Pada tahap produksi tim akan melaksanakan ide yang sebelumnya telah dikonsep pada tahap pra produksi dan mengubahnya dalam bentuk video. Pada tahap produksi tim akan mulai mengambil gambar dan merekam setiap kegiatan yang masuk dalam konsep perencanaan.

Tahap Pasca Produksi, Pada tahapan pasca produksi, video yang telah selesai di edit akan dilakukan penataan suara, dan penambahan efek. Setelah video diedit, selanjutnya video tersebut akan dievaluasi dengan diperlihatkan kepada dosen pengampu mata kuliah. Kemudian jika ada kekurangan maka akan dilakukan revisi sampai dirasa cukup dan membaik. Hasil revisi tersebut lah yang kemudian di sebarakan ke khalayak. Pada tahapan pasca produksi dapat dilakukan dengan beberapa tahapan diantaranya: **Pertama,** Review Karya: pada tahapan ini karya tim kami akan di tonton oleh Ketua pondok pesantren Al-Risalah Batetanga. **Kedua,** Revisi : Pada tahapan ini, karya yang telah di tonton akan direvisi atau diperbaiki jika terdapat kesalahan dan apabila karya tersebut terdapat hal yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh dosen pengampu atau pihak dari pondok pesantren Al-Risalah Batetanga. **Ketiga,** Publishing : Pada tahapan ini karya yang telah selesai di upload ke youtube dan media sosial lainnya.

4. KESIMPULAN

Pondok pesantren yang berada di daerah pedesaan tidak banyak masyarakat yang mengetahui pesantren ini. Kurangnya informasi menyebabkan masyarakat tidak begitu mengenal mengenai apa saja kelebihan yang dimiliki pondok pesantren Al-Risalah ini. Sosial media cara paling mudah untuk memperkenalkan sesuatu yaitu melalui sebuah karya yang dapat di upload di berbagai platform sosial media. *Company profile* pondok pesantren Al-Risalah Batetanga dalam bentuk video sehingga masyarakat tidak sekedar mengenal nama dari pondok pesantren Al-Risalah saja tapi juga dapat mengetahui informasi penting seperti apa saja sarana serta prasarananya, bagaimana program yang dilaksanakan dan apa saja prestasi yang sudah diraih. Dengan adanya *company profile* dalam bentuk video ini diharapkan dapat memberikan informasi secara meluas dan berdampak positif terhadap meningkatnya calon santri untuk menuntut ilmu

disana.

Selain itu kurangnya *branding* di media sosial yang dimiliki instansi sangat berpengaruh pada popularitasnya, sebab media sosial telah dijadikan masyarakat sebagai platform untuk mencari segala informasi yang dibutuhkan. Dengan tidak adanya publikasi ke media maka kecil kemungkinan masyarakat akan mengetahui keberadaan dari sebuah instansi. Sudah tidak jaman lagi untuk masyarakat mengunjungi secara langsung lokasi yang ia ingin ketahui karena semuanya akan mereka cari di internet. Sehingga dengan membuat *video company profile* ini merupakan cara cerdas untuk mempromosikan instansi dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachri. (2015). Perencanaan Komunikasi Komisi Pemilihan Umum(Kpu)Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Pemlihan Umum kepala Daerah Kalimantan Timur 2013 Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 275–289.
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja).* 18(2), 171–178.
- Hadiyat, Y. D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 17(2), 81–90.
- Halim, N. A. (2015). *Penggunaan Media Internet Di Kalangan Remaja.* 26(3), 132–150. <https://media.neliti.com/media/publications/128180-ID-penggunaan-media-internet-di-kalangan-re.pdf>
- Handes, H. (2019). Creative Planning Dan Strategi Pengembangan Pesan Komunikasi Pemasaran. *Al-Hikmah*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1297>
- Hidayat. (n.d.). *Teori Siberetik.*
- Mantyastuti, Y. A. (2017). Digital Divide dikalangan santri Pondok Pesantren Salaf 1. *Libri-Net Journal Universitas Airlangga*, 6(2), 53–54. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln030a4ac19afull.pdf>
- Milla, M. N. (2022). Catatan Editor JPS - Setelah pandemi: Preferensi individu dan kelompok dalam interaksi sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), iii–iv. <https://doi.org/10.7454/jps.2022.11>
- Monggilo, Z. M. Z. (2021). *Cakap Bermedia Digital.* <http://literasidigital.id/books/modul-cakap-bermedia-digital/>
- Qadaruddin, M. (2013). Teori komunikasi media massa. *Teori Komunikasi Media Massa*, 1996, 1. <http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA .pdf>
- Riady, Y. (2010). Mewujudkan Masyarakat Informasi Indonesia. *Seminar Nasional FISIP-UT*, 1–8.
- Ropik, A. (1970). Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. *Intizar*, 23(2), 327–346. <https://doi.org/10.19109/intizar.v23i2.2468>
- Ruge, M., Edward, S., Chomsky, N., Pandangan, A., Marshall, H., Fxowxuh, D. Q. G. W., Phvvdjh, L., Frqwuryh, L., Olih, R. X. U., Wkdw, V. R., & Fdq, Z. H. (2010). Media Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kebudayaan : *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 24–37.
- S.Kp, S., & Dwi anggraeni, M. (2011). Metodologi Kualitatif Dalam Penelitian. *Nuna Medika*, 1(2), 16–26.
- Susanti, N. F. (2021). *Dampak Perilaku Kecanduan Facebook Pada Orang Tua Di Desa Pananrang.* 17–19.
- Tajibu, K. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi.* Makassar: UIN Alauddin
- <https://www.bps.go.id>. (2021). *indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi.*
- <https://www.kominfo.go.id>. (2020). *survei penetrasi pengguna internet di indonesia bagian penting dari transformasi digital.*