

Optimalisasi pengelolaan akun dan konten media sosial youtube di Masjid Al Mishbah, Gedongan, Trirenggo, Kabupaten Bantul

Al Musa Karim¹, Ari Sugiharto.², Satyo Nuryadi ³, Regina Angel Yanda⁴, Muslimah Dwi Hapsari⁵, Muhammad Rizky Aziz ⁶, Syahrul Fathoni⁷, Novadhan Rifa'i Nur Ardi⁸
^{1,4,5}**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis & Humaniora, UTY, Indonesia**
^{2,6,7}**Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains & Teknik, UTY, Indonesia**
^{3,8}**Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Sains & Teknik, UTY, Indonesia**
[*musa.karim@staff.uty.ac.id](mailto:musa.karim@staff.uty.ac.id)

ABSTRAK

Manajemen akun media sosial merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan kegiatan keagamaan secara umum. Perubahan metode pendokumentasian kegiatan, dari hanya disimpan di komputer menjadi diunggah ke media sosial menjadikannya semakin banyak diakses. Selain itu, keberadaan media sosial dalam kegiatan keagamaan semisal di masjid, merupakan metode menarik semakin banyak minat dari generasi muda untuk ikut serta secara aktif dalam kegiatan keagamaan. Keberadaan akun media sosial di masjid Al Mishbah Trirenggo, Kabupaten Bantul sudah berjalan dengan beberapa konten yang sudah ditayangkan dan bisa diakses secara luas. Namun, dibutuhkan pendampingan dari pihak akademisi untuk membantu mengoptimalkan pengelolaan akun sekaligus konten yang akan diproduksi. Dengan metode diskusi dan pelatihan, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan untuk meningkatkan produktivitas akun Youtube masjid Al Mishbah Trirenggo, Kabupaten Bantul. Hasil dari kegiatan ini adalah ditetapkannya produksi shorts video dan live video sebagai strategi pengembangan akun dan konten Youtube masjid Al Mishbah Trirenggo Kabupaten Bantul.

Kata Kunci : Youtube, Manajemen, Masjid.

ABSTRACT

Social media account management is among the major aspects to manage religious activities at any mosque. Social media (is) well known as an effective medium for disseminating information. For religious activity, for example a mosque community, shifting the method of documenting, from computer file to social media posts, (that) has made the religious activities reached more viewers. Moreover, the application of social media in a mosque community activities seemingly grow attention from the young believers and local activist as they are digital natives, to be engaged more to various activities on the mosque. Al Mishbah, one of a mosque in Trirenggo, Kabupaten Bantul had run an Youtube channel for several months. Some religious contents such as preaches, or other social religious activities have been uploaded. On term of content, the quality of the video used, relatively standard. Though, the account still need to be optimized to make it more interesting for the viewers. Help from external stakeholder such as academic society still broadly needed. Using discussion and workshop method, our team from Universitas Teknologi Yogyakarta, giving assistance to this community, especially the social media team from Al Mishbah, to improve the productivity of the already run Youtube channel. As the result, a certain strategy had been set, that shorts Youtube video and live streaming must be produce more with better qualities within this Youtube account.

Keywords: Youtube, Management, Mosque.

Articel Received: 15/08/2024; **Accepted:** 29/10/2024

How to cite: Karim, A, L., Sugiharto, A., Nuryadi, S., Yanda, R, A., Hapsari, M, D., Aziz, M, R., Fathoni, S., & Ardi, R, N, R. (2024). Optimalisasi pengelolaan akun dan konten media sosial youtube di Masjid Al Mishbah, Gedongan, Trirenggo, Kabupaten Bantul. *Abdimas Siliwangi*, Vol 7 (3), 668-678. doi: 10.22460/as.v7i3.21314

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Adaptasi dan penerapan teknologi mau tidak mau dilakukan untuk dapat terus melangsungkan kehidupan, terutama untuk dapat menjaga hubungan dengan komunitas yang lebih luas. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi, juga merupakan keuntungan yang sayang untuk tidak dimanfaatkan. Keterlambatan adaptasi terhadap teknologi dengan demikian niscaya membutuhkan percepatan untuk tetap berada di jalur kehidupan yang sejalan dengan usia zaman. Media sosial merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan Masyarakat Indonesia. Youtube digunakan untuk mengakses berbagai konten hiburan maupun berita. Tema keagamaan merupakan salah satu tema yang masih belum menarik bagi Masyarakat Indonesia (Hermawan, 2022).

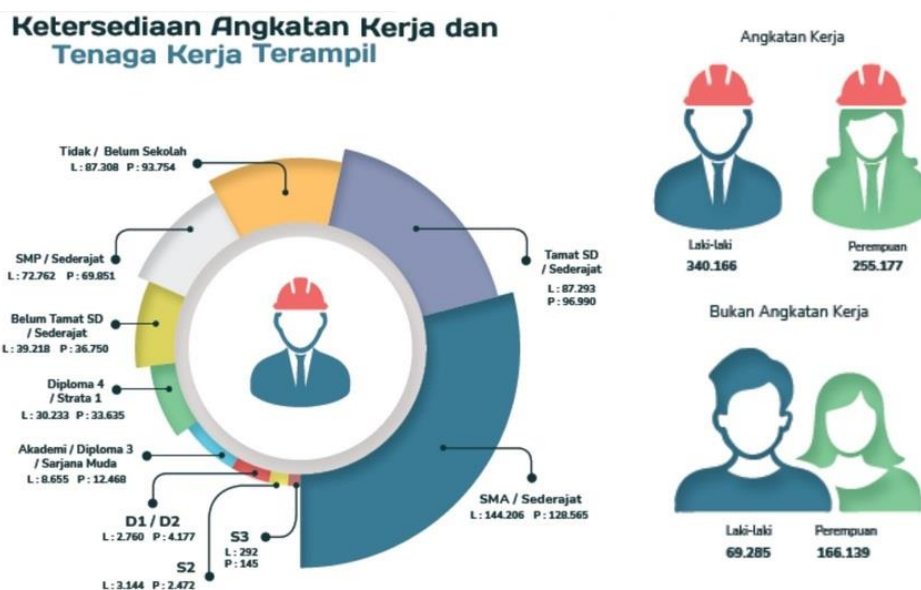
Pengelolaan media sosial merupakan keterampilan yang mutlak dibutuhkan untuk tetap dapat mengikuti perkembangan teknologi. Teknologi berkembang sangat cepat dengan beragam fitur yang akan terus berubah dan membutuhkan energi untuk tetap mengikutinya. Secara umum, pengelolaan media sosial terkait erat dengan manajemen dan strategi yang dikembangkan dalam menjalankan akun. Media sosial yang berkembang dengan karakter User Generated Content (UGC), menitikberatkan keterampilan pengguna (user) untuk aktif, kreatif, dan produktif. (Umbara, 2021) Bahkan dalam perkembangannya, user tidak hanya diwajibkan memproduksi konten yang bersifat rekaman saja, tetapi user media sosial saat ini diminta untuk dapat memproduksi konten siaran langsung (live). Konten rekaman dan konten live kemudian menjadi lahan kreativitas yang membutuhkan ketrampilan sekaligus energi yang tidak sedikit.

Untuk ranah profit oriented, media sosial digunakan oleh banyak user yang telah berhasil memperoleh keuntungan finansial dengan pengelolaan yang dilakukan. Model pengelolaan yang dilakukan, mau tidak mau terdiri dari anggota tim yang dibayar secara profesional. Di sisi lain, bagi komunitas non profit seperti kepengurusan dan jamaah masjid, jamaah yang ada, terutama dari kalangan muda, pada dasarnya merupakan

potensi yang luar biasa untuk bisa dikembangkan bagi pengelolaan media sosial lembaga masjid.

Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Tim dilakukan di Kalurahan Tlirenggo, Kapanewon Bantul, Kabupaten Bantul. Lebih tepatnya, kelompok Masyarakat mitra yang disasar oleh kegiatan ini adalah pengurus dan remaja masjid Al-Mishbah, di wilayah Padukuhan Gedongan, Kalurahan Tlirenggo. Masjid Al Mishbah Gedongan, didirikan tahun 1983, dari tanah wakaf dari warga setempat. Saat ini area masjid terus meluas hingga mencapai total sekitar 300 m². Dari segi jarak, lokasi kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan adalah sekitar 19 kilometer dari Kampus 1 Universitas Teknologi Yogyakarta. Padukuhan Gedongan merupakan salah satu padukuhan di wilayah Kalurahan Tlirenggo yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Kegiatan keagamaan merupakan salah satu kegiatan yang aktif dilakukan dengan berbasis masjid.

Secara umum, sebagaimana komposisi Masyarakat di Kabupaten Bantul secara luas, penduduk desa Gedongan, Tlirenggo sebagian besar berada di usia produktif atau merupakan Angkatan kerja. Bantul merupakan salah satu kabupaten di dilayah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki luas 506, 85 Km² yang terdiri dari 17 Kapanewon, 75 Kalurahan, dan 933 Padukuhan. Secara demografis, penduduk Kabupaten Bantul berada pada rentang usia produktif. Hal ini menjadi potensi besar bagi pengembangan Kabupaten Bantul untuk ke depannya. (Pintu, 2023)



Gambar 1. Komposisi Angkatan Kerja di Bantul

Banyaknya Angkatan kerja yang ada di wilayah ini menyiratkan potensi yang sangat besar dalam pengelolaan kegiatan di masjid. Rekrutmen organik yang dilakukan Masyarakat lokal dalam kegiatan kaderisasi juga terwujud dengan banyaknya ragam kegiatan yang dilakukan sekaligus tingginya antusiasme warga yang mengikuti kegiatan tersebut. Hal ini merupakan kabar gembira bagi bantuan eksternal dalam pemberdayaan kegiatan keagamaan di wilayah ini.

Keberadaan Angkatan kerja yang ada di lokasi mitra juga sejalan dengan tren dan teknologi yang berlaku saat ini. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di satu sisi merupakan peluang yang perlu dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan kegiatan keagamaan. Di sisi lain, tenaga penggerak yang berusia muda juga merupakan orang-orang yang dekat dengan teknologi tersebut. Dengan demikian, tujuan peningkatan kualitas manajemen kegiatan keagamaan tinggal membutuhkan bantuan dari pihak eksternal untuk dapat mengoptimalkan segala potensi yang sudah ada agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Tingginya angka Angkatan kerja di Kabupaten Bantul juga tergambar dari komposisi jamaah masjid Al Mishbah. Sebaran jamaah berdasarkan usia Usia Jamaah Prosentase 5-15 tahun 21% 16-25 tahun 23% 26-45 tahun 43% 46-lansia 13%. Usia 16 hingga 45 tahun jika diakumulasi menunjukkan angka yang dominan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa potensi pengembangan kegiatan keagamaan di masjid Al Mishbah sangatlah besar dan perlu dikelola dengan sebaik-baiknya.

Besaran jumlah jamaah yang aktif di masjid Al Mishbah di sisi lain difasilitasi dengan baik oleh pengelola masjid. Variasi usia jamaah menjadi dasar dari variasi kegiatan keagamaan yang dikelola oleh pihak pengelola masjid. Beberapa jenis kegiatan keagamaan yang diadakan di masjid Al Mishbah diantaranya: 1. Taman Pendidikan Alquran (TPA) 2. Kajian Remaja & kegiatan pelatihan untuk remaja masjid 3. Kajian Warga Kamis Malam 4. Kajian Minggu Pagi 5. Kajian ibu-ibu 6. Kajian bapak-bapak 7. Olahraga dan Kesenian (Tenis meja dan Hadrah)

Selain terdapat penyalahgunaan dalam media sosial khususnya Youtube, kurangnya pengelolaan akun dan konten juga merupakan faktor penghambat tidak berkembangnya suatu akun media sosial. Akibatnya tujuan pembuatan akun Youtube tidak tercapai atau kurang maksimal. Terakhir, kesadaran mengenai produksi konten yang menarik juga suatu hal yang penting. Beberapa kegiatan pengabdian Masyarakat yang menyasar

kegiatan dakwah pernah dilakukan, diantaranya: Costaner, Guntoro, dan Lisnawita melakukan kegiatan pelatihan pembuatan konten video digital pada remaja masjid (Loneli Costaner, 2021); Fazil dan Fahmi melakukan kegiatan pengabdian Masyarakat terkait pemanfaatan media sosial untuk menyiarkan kegiatan keagamaan di kota Lhokseumawe (Fazil, 2022); Rozaq dan kawan-kawan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pembuatan akun-akun email, Youtube dan Zoom di Masjid Ar-Rahim Banjarmasin (Rozaq, 2021). Kegiatan-kegiatan pengabdian Masyarakat di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dan media sosial mau tidak mau harus menjadi perhatian dari akademisi dalam membantu meningkatkan kualitas kegiatan keagamaan di Masyarakat. Youtube sebagai bagian dari alternatif media sosial, telah menjadi pilihan bagi pengelola kegiatan keagamaan untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan.

Untuk memaksimalkan akun Youtube yang telah dibuat oleh Pemuda Masjid Al Mishbah Gedongan, Trenggeng, Bantul Unit Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY) membantu agar akun yang dimiliki Pemuda Masjid Al Mishbah menjadi jelas dalam penggunaannya.

Agar penggunaan media sosial dapat diakses dengan baik dan cermat untuk mendapat value yang baik dalam pengelolaan dan pengembangan konten pada akun Youtube, Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melakukan diskusi dan pelatihan yang ditujukan oleh Pemuda Masjid Al Mishbah selaku pengelola akun Youtube. Usaha - usaha yang dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan pemanfaatan dan pengembangan penggunaan media sosial yang baik.

B. LANDASAN TEORI

Youtube merupakan salah satu media sosial yang berpotensi besar dalam mendukung kegiatan keagamaan (Hamdan, 2003). Fadlun mengungkapkan bahwa video-video dakwah pada dasarnya membantu Masyarakat untuk meningkatkan ketertarikan belajar agama (Fadlun, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, dalam hal ini Youtube merupakan sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Lebih lanjut, Pujawardani dan Amirudin menyebutkan bahwa pemanfaatan Youtube akan lebih efektif ketika terdapat variasi konten di dalam sebuah akun atau *channel*, hal ini dikarenakan audien mendapat lebih banyak pilihan. Lebih lanjut

dikatakan bahwa konten-konten video pendek juga merupakan model pesan yang efektif dalam menarik minat sekaligus efektif dalam penyampaian inti pesan keagamaan (Pujawardani, 2022).

Dari aspek pengelolaan, menurut Vebrynda, beban kerja yang terlalu berat menjadikan pengelolaan akun Youtube dakwah menjadi tidak maksimal (Vebrynda, 2022). Perlu dilakukan pengelolaan sumber daya manusia yang baik untuk menghasilkan luaran yang optimal.

C. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini, digunakan metode diskusi dan pelatihan pengelolaan akun Youtube. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pertama dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yaitu perencanaan. Tahap kedua pelaksanaan kemudian tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Proses perencanaan disusun oleh Tim meliputi identifikasi kebutuhan, identifikasi potensi dan kelemahan, menentukan solusi dan kegiatan yang akan dilakukan serta pengorganisasian kegiatan. Tahap pelaksanaan meliputi persiapan materi dan kegiatan diskusi dan pelatihan. Tahap pelaksanaan ini merupakan bagian inti dari kegiatan PKM yang berupa serangkaian acara pemaparan materi oleh Tim. Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi dan pelaporan yaitu penilaian sebagai pengukuran keberhasilan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan dengan menggunakan indikator respon dan luaran yang dihasilkan. Tahap evaluasi nantinya akan menjadi acuan bagi Tim tindak lanjut kegiatan jika diperlukan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini, tahapan perencanaan merupakan tahapan pertama sebelum dilakukan pelaksanaan kegiatan. Dalam kegiatan perencanaan dilakukan riset awal

dengan menggunakan riset dokumen dan wawancara awal dengan calon mitra. Dari identifikasi tahap pertama ditemukan bahwa sudah terdapat sebuah akun atau channel Youtube yang sudah berjalan dan dikelola oleh remaja masjid Al Mishbah, Tirenggo, Bantul. Akun dengan nama Kajian Bareng dengan link. Dalam akun tersebut ditemukan data-data sebagai berikut: Bahwa per tanggal 16 September 2023 pada akun Kajian Bareng milik masjid Al Mishbah terdapat:

1. 27 vidio regular di akun
2. 2 video shorts
3. 1 video live
4. 55 Subscriber
5. Rata-rata 61 view per video
6. Video dengan penonton terbanyak adalah dengan judul "Tata Cara Mandi Besar" dengan 629 view
7. Video dengan Dan penonton tersedikit ada di video "Hutang Puasa" dengan 5 view.

Pada tahap kedua, yaitu tahap pelaksanaan, dilakukan diskusi dan pelatihan terkait perencanaan pengembangan akun dan konten. Dalam kegiatan kedua dilakukan kegiatan analisis SWOT terkait akun dan pelatihan penyusunan strategi berdasarkan analisis yang dilakukan. Dalam kegiatan ini diikuti tidak hanya dari pengelola akun, tetapi juga dari sebagian pengurus masjid yang lain. Dari diskusi yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Diskusi Tentang Manajemen Akun Youtube

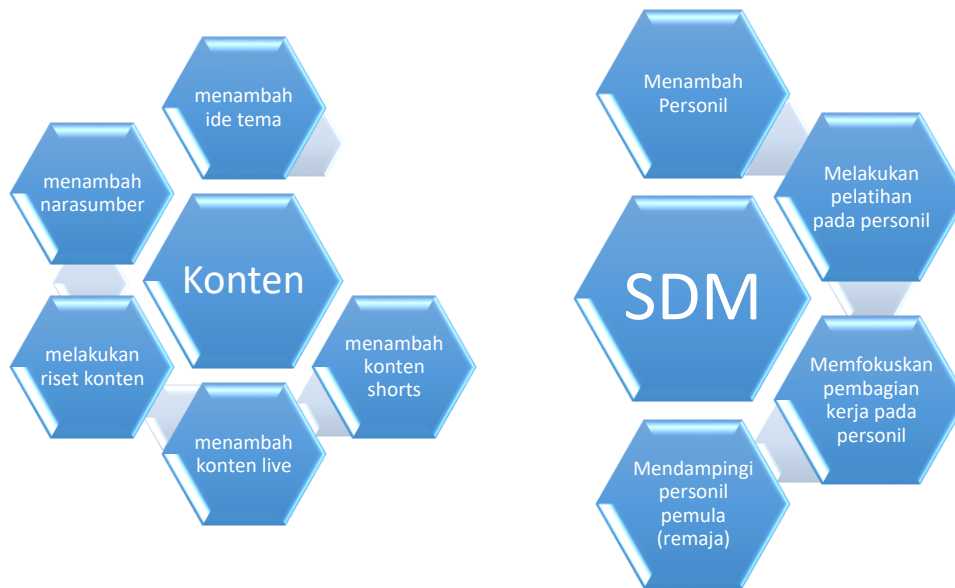
Strengths	Weaknesses
1. Akun Youtube yang dikelola sudah berjalan dan terisi dengan video yang cukup banyak	1. Belum terlatihnya pengelola akun dalam hal pengelolaan akun Youtube
2. Pengisi materi untuk konten video sudah ada dan rutin mengisi pengajian	2. Konten live dan Shorts masih minim
3. Kondisi keuangan masjid dari infak jamaah dan pihak eksternal mencukupi untuk pengelolaan akun	3. Ide konten masih belum variatif
4. Sarana internet yang memadai	4. Jumlah personil pengelola akun masih minim
Opportunities	Threats

-
- | | |
|--|--|
| 1. Jumlah pemuda yang berpotensi membantu mengelola akun cukup banyak | 1. Penggunaan handphone berpeluang mendisrupsi remaja, terutama anak-anak, sehingga ditakutkan tidak fokus ke pengelolaan akun |
| 2. Bantuan dari pihak eksternal masih terus terbuka untuk memberikan pelatihan | 2. Pengelolaan akun dan konten Youtube membutuhkan skill dan waktu, sehingga berpotensi membuat sebagian orang mundur dari pengelolaan |
| 3. Narasumber dari pihak eksternal melimpah untuk diajak sebagai pengisi konten | 3. Banyaknya akun dakwah dengan konten sejenis |
| 4. Bantuan pihak eksternal juga terbuka dari segi dana, terutama dari pemerintah | |
-

Kegiatan selanjutnya setelah melakukan diskusi adalah penyusunan strategi optimasi akun. Dalam kegiatan kedua ini tim melakukan pelatihan kepada pengelola akun untuk Menyusun strategi pengembangan pengelolaan akun dengan hasil sebagai berikut:

1. Strategi SO:
 - a. Menambah personil pengelola
 - b. Membuat variasi narasumber
2. Strategi ST:
 - a. Pengelola tambahan harus didampingi, terutama remaja
 - b. Membuat konten yang menarik dengan membandingkan konten akun dakwah yang terkenal
3. Strategi WO:
 - a. Menambah konten Shorts & Live dengan potensi yang ada
 - b. Memberikan pelatihan kepada pemuda masjid, terutama yang mau membantu pengelolaan akun youtube
4. Strategi WT:
 - a. Membagi tugas pembuatan konten dengan pendampingan
 - b. Mengajak remaja masjid untuk mengembangkan ide konten

Berikut gambaran strategi pengelolaan yang dikembangkan dalam kegiatan:



Gambar 3. Strategi Konten dan SDM

Berikut dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan:



Gambar 4. Suasana Kegiatan Diskusi dan Workshop



Gambar 5. Suasana Kegiatan diskusi dan Workshop



Gambar 6 Suasana Kegiatan Diskusi dan Workshop

E. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan berhasil menghasilkan output berupa strategi pengembangan pengelolaan akun
2. Kegiatan berhasil membantu Menyusun ulang tujuan pembuatan akun
3. Kelemahan kegiatan adalah pada tidak terdapat contoh produk konten yang disarankan kepada mitra.

F. ACKNOWLEDGMENTS

Terimakasih disampaikan tim pengabdian kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Pengabdian ini terlaksana dengan dibiayai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi sesuai dengan Kontrak Pengabdian Tahun Tunggal Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2023 dengan LLDIKTI Wilayah V Nomor 0546.9/LL5-INT/AL.04/2023, tanggal 26 Juli 2023.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Fadlun. (2021). Desain dakwah islam pada masyarakat industri 4.0. *An-Nida*, 107-113.
- Fazil, M. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam penyiaran keagamaan dan informasi Masjid di Kota Lhokseumawe. *Malikussaleh Mengabdikan*, 32-42. Retrieved from <https://ojs.unimal.ac.id/jmm/article/view/8077>
- Hamdan. (2003). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 63-80.

- Hermawan. (2022). Analisis minat masyarakat pengguna platform YouTube sebagai media. *Manajemen*, 564-573.
- Loneli Costaner, G. L. (2021). Pelatihan Keterampilan Membuat Informasi Berbasis Video Digital Pada Ikatan Remaja Masjid. *Dinamisia*, 843-849. doi:<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.7253>
- Pintu, D. P. (2023). Retrieved from DPMPTSP KAB. BANTUL: <https://dpmpt.bantulkab.go.id/web/page/profil-kabupaten-bantul>
- Pujawardani. (2022). Pemanfaatan youtube sebagai media dakwah (analisis konten dalam video sketsa di channel nu online. *Lanter*, 13-24.
- Rozaq. (2021). Sistem pengelolaan administrasi masjid. *Poliban*, 9-21.
- Umbara, F. W. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 572-581. doi:<https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen produksi konten 'sketsamu' di youtube . *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 164-177.