



Analisis Pengelolaan Akun Dakwah Pimpinan Salam TV Pada Media Online Instagram

Muslim¹, Andri Irawan²

^{1,2} Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah, Deli Serdang

Email: muslimmanlan045@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the management of Salamtelevi da'wah accounts on Instagram online media. In this study, a qualitative research type was used through a descriptive approach. This study uses three types of data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. From the results of this study, it can be concluded that the management of the da'wah salamtelevi account has been carried out in accordance with the elements and functions of management. However, there are several things that need to be improved so that the da'wah salamtelevi account can develop and be attractive to other accounts, among the things that must be improved is not frequently doing giveaway quizzes and account promotions in increasing the number of followers, focusing on one thing to manage, using applications that are not hijacked and increasing self-awareness in managing da'wah accounts of salamtelevision.

Keywords: Management, Preach, Salamtelevi Account, Instagram.

Abstrak


Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan akun dakwah Salamtelevi di media online instagram. Pada penelitian ini, digunakan jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pada akun dakwah salamtelevi telah dilakukan sesuai dengan unsur-unsur dan fungsi-fungsi pengelolaan. Akan tetapi terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki agar akun dakwah salamtelevi dapat berkembang dan menarik bagi akun-akun lain, di antara hal yang harus diperbaiki ialah tidak sering melakukan kuis giveaway dan promosi akun dalam menaikkan jumlah pengikut, fokus kepada satu akun saja untuk dikelola, menggunakan aplikasi yang tidak dibajak dan meningkatkan kesadaran diri dalam mengelola akun dakwah salamtelevi.

Kata kunci: Pengelolaan, Dakwah, Akun Salamtelevi, Instagram.

Article Info

Article History:

Received: 24-05-2022, **Accepted:** 26-01-2023, **Publish:** 23-2-2023

 : 10.51590/bashirah.v3i2.292

Pendahuluan

Dakwah merupakan seruan bagi manusia agar selalu berbuat baik, mengamalkan amal kebajikan dan menjauhi kemaksiatan sesuai dengan perintah Allah dan Rasul-Nya. Dakwah merupakan kegiatan positif yang tentu saja mempunyai banyak keutamaan. Di satu sisi, dakwah merupakan misi Islam yang harus ditegakkan dan diperjuangkan, dan di sisi lain ada banyak manfaat dan keutamaan yang dapat dirasakan apabila kita berlaku sebagai seorang dai. Di era digital ini, dakwah tidak hanya bisa dilakukan dengan menggunakan metode di atas mimbar saja, seperti ceramah, khutbah, kultum dan lain sebagainya. Akan tetapi dengan semakin majunya perkembangan teknologi dan munculnya beberapa media-media baru, maka dakwah dapat dilakukan dengan hanya duduk di rumah tanpa harus mad'u datang ke tempat di lakukannya proses kegiatan dakwah.

Sebagaimana Allah 'azza wa jalla berfirman dalam surah Ali Imran ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah.”

Seiring dengan berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan di era globalisasi saat ini, begitu banyak sekali muncul berbagai macam aplikasi pada media *online*. Berawal dari aplikasi friendster, kemudian *facebook*, *twitter*, *skype*, *foursquare*, *line*, *whatsapp*, *path*, *instagram* dan masih banyak lainnya. Sehingga media *online* tersebut telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat pada umumnya. Bukan hanya orang dewasa yang menggunakan media *online*, akan tetapi remaja dan anak-anak di bawah umur pun sangat akrab dengan media *online* yang sekarang tengah berkembang. Kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi-aplikasi jejaring sosial ini terutama aplikasi *instagram*, banyak dimanfaatkan oleh para dai untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah mereka terutama para dai di Indonesia.

Para pegiat dakwah media *online* Indonesia berusaha memutar balikkan fakta fungsi *instagram*, yang mulanya aplikasi *instagram* hanya digunakan untuk saling berbagi foto-foto dan video-video pribadi, maka mereka berusaha menggunakan aplikasi *instagram* untuk saling berbagi foto dan video yang berisikan nasehat, ilmu dan kebaikan dengan tujuan berdakwah dan menyebar luaskan agama islam yang benar di seluruh dunia. Kelebihan yang dimiliki oleh media *online* merupakan salah satu alasan terbesar para aktivis dakwah memilih media tersebut sebagai sarana dakwah mereka, di mana dengan media *online* dakwah yang disampaikan dapat tersampaikan secara lebih luas, lebih cepat, lebih mudah dan tidak memerlukan banyak biaya, dan ini sangatlah berbanding terbalik dengan dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka atau *offline*.

Tepat pada tahun 2013 mulainya muncul akun-akun dakwah seperti *salaf.ittiba* yang memiliki 475.000 pengikut, kemudian di susul pada tahun 2014 oleh *rodjatv* dengan 470.000 pengikut, *muslimorid* dengan 679.000 pengikut, kemudian di tahun 2015 munculnya *yufid.tv* dengan 1,1 juta pengikut, *shahihfiqih* dengan 962.000 pengikut, *bimbingan_islam* dengan 461.000 pengikut, kemudian pada tahun 2016, 2017 dan 2018 munculnya akun dakwah para asatidzah Indonesia seperti *dzulqarnainms* dengan 182.000 pengikut, *syafiqrizabasalamah_official* dengan 1,7 juta pengikut, *firanda_andirja_official* dengan 699.000 pengikut, *khalidbasalamahofficial* dengan 2,5 juta pengikut dan lain lain. Ini merupakan salah satu bukti bahwa suksesnya dakwah di media sosial terutama di aplikasi

instagram, dimana para dai berusaha berusaha menggunakan *instagram* sebagai media dakwah mereka.¹

Penggunaan *instagram* sebagai media dakwah adalah cara atau metode yang digunakan oleh salah satu stasiun televisi swasta bernama Salam TV. Salam TV merupakan stasiun televisi swasta yang berada di bawah naungan Yayasan Ar Risalah Al Khairiyah, yang terletak di kota Deli Serdang provinsi Sumatera Utara. Selain bergerak di bidang dakwah pada media elektronik lama yang disematkan di dalam program-program mereka, Salam TV juga bergerak dalam dakwah media online. Berdasarkan hasil wawancara bersama Direktur Salam TV, bahwa terdapat beberapa akun media online yang dimiliki oleh Salam TV yaitu *Facebook*, *Youtube* dan *Instagram*, yang mana ketiga akun ini sama-sama dibuat pada bulan Oktober tahun 2016. Sampai saat ini akun atau halaman *Facebook* Salam TV yang dinamai dengan Salam Televisi memiliki 271.716 orang yang menyukai, adapun untuk channel youtube Salam TV yang diberi nama Salam Televisi memiliki 109.000 subscriber dengan jumlah 6.167 video, dan untuk akun *instagram* Salam TV yang diberi nama *salamtelevisi* memiliki 15.000 pengikut atau follower dengan jumlah 2.161 postingan.

Dalam jangka 6 tahun, kedua akun Salam TV yaitu Youtube dan Facebook bisa dikatakan berhasil dalam perkembangan jumlah subscriber dan pengikutnya, ditandai dengan jumlahnya yang sudah melebihi angka seratus ribu. Berbanding terbalik dengan Instagram yang hanya mencapai angka 14.000. Jika melihat beberapa akun Instagram yang lain, yang dibuat pada tahun 2016 atau bahkan setelahnya, dengan jumlah postingan yang sama atau lebih sedikit, dan kemudian dikelola oleh tim maupun individu, maka dapat dikatakan bahwa akun *salamtelevisi* memiliki jumlah pengikut yang sedikit dan belum berhasil dalam mengembangkan jumlah pengikutnya. Tentu hal ini tidak akan terlepas dari pentingnya sebuah pengelolaan yang dilakukan oleh seorang admin akun dakwah, baik itu yang bersifat individu maupun organisasi atau kelompok, karena berhasil atau tidaknya sebuah akun dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, mengembangkannya jumlah pengikut dan peminat postingannya dan banyaknya interaksi yang dihasilkan, maka ini sangat tergantung kepada pengelolaan yang dilakukan oleh seorang admin akun dakwah. Semakin baik pengelolaan yang dilakukan maka akan sebaik pula akun dakwah yang dikelola.

Metodologi Penelitian

Seorang penulis harus memiliki metodologi penulisan dari apa yang ingin ditelitinya, sehingga hasil penelitian (research) dapat diterima keabsahan dan kebenarannya, dan diharapkan peneliti bisa mendapatkan hasil penelitian yang berkompeten, berkedibel, tepat dan tentu saja dapat di pertanggung jawabkan. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Metode kualitatif ialah metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Dalam definisi lain, metode kualitatif ialah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan sebuah gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan secara rinci yang didapat dari sumber informan serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah.²

¹ Berdasarkan hasil penelusuran peneliti di aplikasi Instagram pada tanggal 08 Februari 2022

² Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif", dalam *Jurnal Humanika Kajian Ilmiah*, Vol. 21, No. 1. 2021, h. 35

Untuk metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode pendekatan deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang menggambarkan karakteristik fenomena atau populasi yang diteliti dengan fokus utamanya ialah menjelaskan objek penelitiannya, sehingga dapat menjawab apa peristiwa dan fenomena yang terjadi.³ Metode pendekatan deskriptif bertujuan mendeskripsikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diamati.⁴

Hasil dan Pembahasan

Salamtelevisi merupakan salah satu akun media *online* yang ada di aplikasi Instagram. Sebagaimana yang disinggung di atas bahwa semenjak tahun 2016 para pegiat dakwah mulai menjalankan dakwahnya di media online, karena melihat begitu pesatnya perkembangan media online di tengah-tengah masyarakat dunia, begitupula dengan respon baik yang diberikan. Pada bulan Oktober 2016, stasiun televisi swasta yang bernama Salam TV membuat akun media *online* yang berbasis dakwah, diantaranya ialah akun *Facebook*, *Youtube* dan akun yang akan dibahas pada pembahasan kali ini yaitu Instagram. Salam TV menamai akun Instagram-nya dengan *salamtelevisi*, yang mana akun ini dibuat dengan harapan dapat membantu perkembangan dakwah islam dan sunnah ke masyarakat dunia terkhusus yang ada di Indonesia. Berikut penulis cantumkan pengelolaan akun *Instagram salamtelevisi*, dilihat dari unsur-unsur pengelolaannya:

A. *Man* (Manusia)

1. Andri Rivai, S.Kom.I (Direktur)
2. Candra Gunawan, S.Pd, I, M.Si (Wakil Direktur)
3. Idarus, S.Pd (Bendahara)
4. Muhammad Rafiq, S.Kom (Pimpinan Produser)
5. Rudi, Asc (Produser)
6. Saddam Husein (Admin I)
7. Andika (Admin II)
8. Agus Kurniawan Siraet (Audioman)
9. Gusti Prabowo (Audioman)
10. Yasir Arafat (Cameramen)
11. Fadhlán (Cameramen)
12. Riki (Cameramen)
13. Muhammad Reza Kemala (Editor)
14. Fachri Husna (Editor dan Desainer)
15. Ruchiardi (Editor)

B. *Money* (uang)

Biaya yang dikeluarkan oleh *salamtelevisi* perbulan ialah 800.000, dan ini merupakan *money* atau uang yang normal dikeluarkan. Karena menurut data yang peneliti dapatkan dari admin akun Instagram *salamtelevisi* bahwa *money* atau uang yang dikeluarkan akan lebih banyak ketika berada di bulan Ramadhan, bisa sampai 2 atau 3 kali lipat. Hal ini terjadi karena *giveaway* yang dilakukan akan mengeluarkan hadiah dengan nominal dan nilai yang lebih besar serta iklan-iklan postingan yang

³ Di ambil dari artikel <http://www.duniadosen.com/penelitian-deskriptif/> pada tanggal 04 April 2022 pukul 07.27 WIB

⁴ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan", dalam Jurnal Lontar, Vol. 6, No. 1, Januari-Juni 2018, h. 16

dianggap menarik akan disebarakan lebih banyak. Maka dari itu, money atau uang yang dikeluarkan pada bulan Ramadhan bisa sampai pada nominal 1.500.000 sampai dengan 2.500.000.

C. *Material dan Machines* (alat-alat dan mesin)

Beberapa alat dan mesin yang digunakan ialah berupa komputer yang berisikan aplikasi atau software editing gambar dan video. Adapun untuk editing gambar, akun instagram salamtelevi menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop, Photopea, Adobe Illustrator, dan Corel Draw*. Dan untuk editing video maka akun instagram salamtelevi menggunakan *software Adobe Premier Pro, Adobe After Effect dan Davinci Resolve*.

D. *Method* (metode)

Dalam perkembangan jumlah pengikut tersebut, admin akun Instagram salamtelevi mencoba menggunakan beberapa metode untuk menambah jumlah penambahan follower. Salah satu cara yang dilakukan ialah dengan melakukan *collaboration* atau bekerja sama dengan beberapa akun dakwah lain, di antara akun-akun tersebut ialah *the_straight, al.nasiha, murotal_quran.id, ummumaha* dan beberapa akun lainnya. Selain menggunakan fitur *collaboration*, admin akun Instagram salamtelevi juga mencoba menggunakan fitur reels yang ada di Instagram dengan semaksimal mungkin. Cara atau metode yang dilakukan oleh admin akun Instagram salamtelevi juga ialah dengan mempromosikan konten-konten akun Instagram salamtelevi di akun-akun Ar-Risalah Media Network (AMN) yang lain, yang kini juga sudah memiliki ribuan follower atau pengikut. Sehingga dengan ini, para pengikut di akun-akun AMN yang lain dapat mengamati akun Instagram salamtelevi dan besar kemungkinan untuk mengikutinya. Iklan dan Promosi postingan juga merupakan metode yang digunakan akun Instagram salamtelevi dalam mengembangkan jumlah pengikutnya, dimana mereka akan memilih konten-konten yang menarik dari konten yang telah dibuat dan diposting. Metode yang terakhir ialah dengan menggunakan giveaway kuis.

E. *Market* (pasar)

Postingan dan konten akun Instagram salamtelevi ditargetkan kepada masyarakat umum dan awam terhadap agama atau orang yang belum mengenal islam secara spesifik. Umum di sini berarti orang-orang yang belum mengenal sunnah Nabi *shallallahu ‘alaihi wasallam* atau dalam artian masih sering melakukan perkara-perkara bid’ah dalam agama.

Jika dilihat dari fungsi-fungsi pengelolaan, maka bentuk pengelolaan akun *salamtelevi* ialah sebagai berikut:

A. *Perencanaan (Planning)*

Terdapat enam perencanaan dalam bentuk pengelolaan akun *Instagram salamtelevi* yaitu:

1. Mengunggah konten setiap hari
2. Pengoptimalan dalam penggunaan fitur reels,
3. Memperbanyak kolaborasi dengan akun-akun dakwah lain.
4. Menggunakan fitur-fitur *Instagram* ketika membuat instastory atau cerita di *Instagram*.

5. Selalu upload konten setiap hari, minimal dua konten dan maksimal enam konten,
6. *Instastory* yang selalu aktif

B. Pengorganisasian (*organization*)

Pimpinan Umum	: Andri Rivai, S.Kom.I.
Wakil Ketua	: Candra Gunawan, S. Pd. I. M. Si
Bendahara	: Idarus, S. Pd.
Pimpinan Produser	: Muhammad Rafiq, S.Kom
Produser	: Rudi, Asc.
Media Digital	: Saddam Husein Andika
MCR	: Mukmin Rambe, S,Pd.I
Audioman	: Agus Kurniawan Siraet
Kameraman	: Yasir Arafat
Editor/Desainer	: Muhammad Reza Kemala Fachri Husna Ruchiardi

C. Penggerakan (*actuating*)

Pada tahap ini, admin akun Instagram salamtelevi akan mengarahkan para anggota khususnya pemegang akun instagram yang bertugas untuk mengunggah postingan untuk tetap bekerja pada waktunya, dan konsisten dengan jumlah upload konten sesuai yang telah dijadwalkan. Selain itu, pada tahap penggerakan ini, admin akun Instagram salamtelevi akan bekerja sama dengan produser dari Salam Televisi untuk mencapai target yang dibuat.

Karena sebagaimana yang disinggung di atas, admin akun Instagram salamtelevi lebih banyak mengandalkan anggota dari produser Salam Televisi dalam pekerjaannya, sehingga hubungan dan komunikasi antara produser dengan admin akun Instagram salamtelevi harus saling tetap sejalan dan kuat antara satu sama lain.

D. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan pada sebuah organisasi organisasi. Pada akun Instagram salamtelevi ini tidak terlalu memiliki controlling yang banyak. Hal ini di sebabkan karena admin utama akun Instagram salamtelevi yang tidak memiliki anggota yang banyak dan tugas yang banyak. Semua pengawasan sudah ter-handle dan dilakukan oleh bagian produser Salam TV, baik dari segi konten maupun tugas para pegawai. Produser Salam TV telah memilih konten-konten yang menarik, dan telah melihat konten yang telah dibuat oleh para editor sebelum nantinya akan diserahkan ke admin akun Instagram salamtelevi.

Begitupun, dengan para tugas editor yang digunakan oleh admin akun Instagram salamtelevi. Di mana produser Salam TV akan mengawasi pekerjaan dan tugas mereka, apakah sudah sampai dengan target yang ingin dicapai atau belum, sehingga admin akun Instagram salamtelevi akan melaporkan target pencapaiannya kepada produser, dan produser akan mengawasi penuh tugas para editor.

Oleh karena itu, pengawasan yang dilakukan oleh admin akun Instagram salamtelevisei hanya melihat insight yang terus meningkat atau mungkin turun, kemudian pembuatan laporan postingan yang sudah mencapai target atau tidak. Karena admin akun Instagram salamtelevisei lebih fokus kepada berapa jumlah postingan yang diunggah setiap harinya. Adapun pengikut atau followers akan mengikuti jumlah dari postingan, karena semakin banyak postingan yang di unggah, maka akan semakin banyak view atau penonton yang didapatkan dan akan semakin besar kemungkinan yang akan mengikuti akun Instagram salamtelevisei.

Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti dapat menemukan beberapa permasalahan yang ada pada akun Instagram salamtelevisei, di antaranya ialah:

1. Metode awal yang salah dalam penaikan jumlah follower.

Pada awalnya, akun Instagram salamtelevisei menggunakan metode atau cara giveaway dan iklan postingan untuk menarik perhatian para pengguna Instagram agar mengikuti Instagram mereka. Di mana *giveaway* atau kuis ini menggunakan sistem saling menguntungkan, bagi yang ingin mengikuti kuis maka harus mengikuti akun Instagram salamtelevisei terlebih dahulu, dan bagi pemenang kuis akan mendapatkan hadiah dari akun Instagram salamtelevisei. Tentu metode dan cara ini hanya akan menarik para pengguna Instagram yang hanya ingin tertarik dengan *giveaway*, dan tidak menarik perhatian para pengguna Instagram yang benar-benar tertarik dengan postingan akun Instagram salamtelevisei.

2. Banyaknya akun yang dikelola

Sebagaimana yang disinggung di atas bahwa AMN (Ar Risalah Media Network) memiliki banyak akun dakwah, di antaranya ialah jalanhidayah, mengenalisamyuk, radioarrisalahmedan, yayasanarrisalah, anaksholehnew, anamuslimnew, dan anamuslimahnew. Selain itu, dari setiap akun di atas juga memiliki akun-akun pada media online lainnya seperti tiktok, facebook. Dengan banyaknya akun-akun diatas maka sulit bagi seorang admin dengan jumlah yang sedikit untuk mengelola semua akun tersebut.

3. Aplikasi dan Software edit yang dibajak

Banyak dari beberapa akun-akun dakwah yang menggunakan aplikasi bajakan untuk mengembangkan dakwah mereka. Para ulama telah sepakat dengan ketidak bolehannya memakai aplikasi bajakan ini, baik untuk diambil manfaatnya untuk sendiri ataupun untuk orang lain. Salah satu ulama yang mengatakan tidak bolehnya menggunakan aplikasi ini ialah Syaikh Abdul Aziz bin Bazz rahimahullah, salah seorang ulama besar di Arab Saudi dan anggota Lajnah Daimah di Arab Saudi, beliau mengatakan:

“Tidak diperbolehkan menyalin berbagai macam program yang pemiliknya melarang untuk menyalinnya, kecuali dengan izin mereka, hal ini berdasarkan sabda Rasulullah Shallallahu alaihi wasallam : “Kaum muslimin berpegang diatas syarat-syarat mereka”, dan sabdanya shallallahu alaihi wasallam: “Tidak halal harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan dirinya”, dan sabdanya shallallahu alaihi wasallam :”Barangsiapa yang lebih dahulu dalam perkara mubah, maka dia lebih berhak dengannya”. Sama saja apakah pemilik berbagai program tersebut muslim atau pun kafir yang bukan harbi (yang boleh diperangi), sebab hak orang kafir yang bukan harbi terpelihara seperti hak seorang muslim. Hanya kepada Allah kita memohon taufiq,shalawat dan salam kepada Nabi kita Muhammad, pengikutnya,dan para shahabatnya.”

Hal ini juga sejalan dengan firman Allah subhanahu wa ta'ala dalam surah Asy-Syu'ara ayat 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

Maka dari itu, tidak boleh menggunakan aplikasi bajakan baik itu manfaatnya untuk sendiri maupun untuk orang lain terutama digunakan dalam hal-hal kebaikan seperti dakwah. Karena bisa jadi dakwah yang dilakukan tidak akan ada keberkahan di sisi Allah disebabkan bercampurnya hal haram dan halal dalam dakwah.

Ini juga bisa menjadi sebab tidak berkembangnya akun Instagram salamtelevisi, dimana software dan aplikasi yang digunakan adalah aplikasi bajakan, dan tentu ini tidak akan mengundang berkah dan ridha dari Allah. Sehingga menyebabkan dakwah yang dilakukan oleh akun Instagram salamtelevisi tidak sampai kepada target, atau penonton dan pengikut yang tidak bertambah secara signifikan.

4. Kurangnya kesadaran diri untuk ada rasa memiliki

Menurut Direktur utama Stasiun Salam Televisi, diantara salah satu penyebab tidak berkembangnya jumlah pengikut dan juga penonton dari oleh akun Instagram salamtelevisi ialah kurangnya rasa memiliki para man atau orang-orang yang terlibat dalam mengelola akun Instagram salamtelevisi. Di mana sebagian orang-orang yang terlibat hanya menuntaskan pekerjaan saja dan tidak bersungguh-sungguh dalam menaikkan dan mengembangkan serta mengelola akun tersebut.

Hal ini pun peneliti dapatkan ketika melakukan observasi dan pengamatan ke kantor Salam Televisi dan langsung terlibat dalam pekerjaan di media online Instagram salamtelevisi ketika melakukan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) pada tahun 2022. Di mana sebagian sumber daya manusia yang terlibat tidak sepenuh hati dalam melaksanakan tugasnya kecuali hanya untuk melepaskan kewajiban dan tugas yang diberikan.

Penutup

Pengelolaan pada akun Instagram salamtelevisi telah berjalan dengan baik benar, walaupun ada beberapa PR dan kesalahan-kesalahan yang harus diperbaiki. Dalam pengelolaannya, akun Instagram salamtelevisi dikelola oleh beberapa admin yang bertugas untuk mengunggah setiap konten-konten yang telah dibuat oleh para desainer atau editor dari Salam Televisi, yang mana para editor-editor ini berada di bawah naungan produser Salam Televisi, sehingga produser akan bertanggung jawab penuh terkait konten-konten yang akan diunggah. Maka dari itu, dibutuhkannya kerjasama dan komunikasi yang baik antara produser Salam Televisi dan admin akun Instagram salamtelevisi sendiri.

Selain itu, admin akun Instagram salamtelevisi akan mengontrol perkembangan akun Instagram salamtelevisi setiap pekan, dengan melihat jumlah postingan yang sudah mencapai target atau belum, kemudian melihat perkembangan jumlah pengikut yang bertambah, tetap atau bahkan berkurang. Maka untuk itu, dalam mencegah pengurangan dan tidak bertambahnya pengikut, akun Instagram salamtelevisi mengeluarkan uang hampir 1 juta

setiap bulannya. Yang mana uang ini akan digunakan untuk iklan postingan dan giveaway guna menambah dan mengembangkan jumlah pengikut.

Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa di antara hal-hal yang menyebabkan terlambatnya jumlah pengikut akun Instagram salamteleviisi ialah akun Instagram salamteleviisi yang dimulai dengan giveaway dalam strategi penambahan jumlah pengikut, pemakaian aplikasi yang dibajak dan ketidak ada rasa memiliki pada akun Instagram salamteleviisi. Semoga hal-hal ini dapat diperbaiki oleh orang-orang yang terlibat dalam pengelolaan akun Instagram salamteleviisi sehingga akun Instagram salamteleviisi dapat berkembang dan dimudahkan dakwahnya oleh Allah ‘azza wa jalla. Dalam hal ini peneliti ingin memberikan saran kepada man atau orang-orang yang terlibat dalam pengelolaan akun Instagram salamteleviisi.

Hendaknya akun Instagram salamteleviisi diperbarui dengan membuat akun baru, agar algoritma yang didapatkan dapat dimulai dari nol dan kemungkinan naiknya jumlah pengikut agar lebih besar apabila dilakukan dengan memfokuskan kepada fitur reels dan kolaborasi. Fokus kepada satu akun dakwah saja, atau setiap akun dakwah yang dibuat harus memiliki admin masing-masing dengan orang yang berbeda, agar pengelolaan yang dilakukan dapat lebih optimal. Penggunaan aplikasi dan software editor yang halal, agar keberkahan dalam dakwah bisa didapatkan, dan semoga dengan itu Allah mudahkan jalan dakwah akun Instagram salamteleviisi. Perlu adanya editor dan desainer yang berada di bawah naungan admin akun Instagram salamteleviisi sendiri, agar pengelolaan dan manajemen yang dilakukan dapat lebih baik dan editor pun dapat lebih fokus untuk membuat konten pada akun Instagram salamteleviisi saja.

Meningkatkan kesadaran diri bahwa akun Instagram salamteleviisi adalah milik sendiri dan merupakan ladang dakwah yang besar, yang dengan itu kita berharap dapat menambah pahala dan dapat menyebarkan dakwah islam dan sunnah yang baik dan benar kepada masyarakat. Terus mengikuti bentuk-bentuk desain yang semakin berkembang dan modern, baik dari segi desain feed Instagram maupun desain pada postingan akun Instagram salamteleviisi sendiri. Agar para pengguna Instagram dapat terus tertarik dengan postingan-postingan yang diunggah

Pustaka Acuan

- Ahmad Nur, Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2015.
- Abd. Rohman, Dasar-dasar Manajemen, Malang: Inteligencia Media, 2017.
- Aldo Redho Syam, Posisi Manajemen Kurikulum Dan Pembelajaran Dalam Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Volume 7, Nomor 1, Januari- Juni 2017.
- Art G. Yasser, Mobile Phone: Sejarah, Tuntutan Kebutuhan Komunikasi Hingga Prestise, Jurnal Ilmu Dakwah, 2016.
- Ditha Prasanti, “Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan”, dalam Jurnal Lontar, Vol. 6, No. 1, Januari-Juni 2018.
- Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana, 2011.
- Ghazali Miliza, Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram, Malaysia: Publishing House, 2016.
- Hendro Cahyono Gunawan, Internet of Things: Sejarah Teknologi dan Penerapannya, Jurnal Komunikasi, 2016.
- Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”, dalam Jurnal Humanika Kajian Ilmiah, Vol. 21, No. 1. 2021.
- Prihantoro Rudy, Konsep Pengendalian Mutu, Bandung: Remaja Rosdakrya, 2012.
- Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI, Jakarta, 2004.
- Rahmat Jalaluddin, Metodologi Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Bandung: Alfabeta, 2013.
- Soeharto Irawan, Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Sosial Lainnya, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- <http://www.duniadosen.com/penelitian-deskriptif/> pada tanggal 04 April 2022 pukul 07.27 WIB.