

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

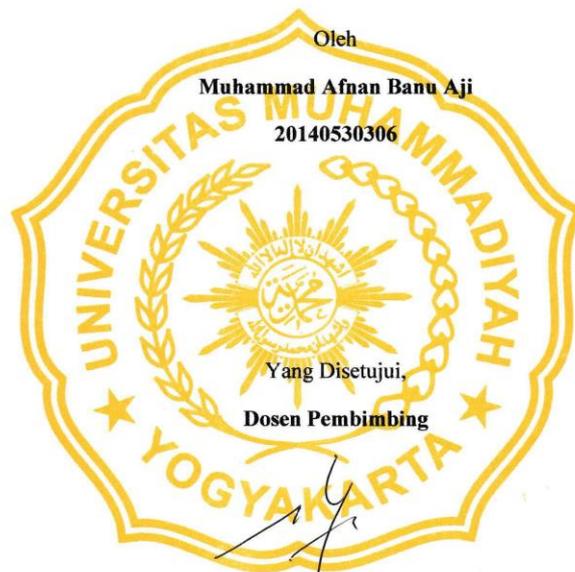
Naskah Publikasi dengan Judul

**PEMANFAATAN MEDIA ONLINE OLEH MASJID JOGOKARIYAN
YOGYAKARTA DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI DENGAN
AKTIVIS DAKWAH TAHUN 2017**

Oleh

Muhammad Afnan Banu Aji

20140530306



Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tri Hastuti Nur Rochimah', is written over the bottom part of the university logo.

Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si.

Pemanfaatan Media Online oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam Membangun Komunikasi dengan Aktivis Dakwah Tahun 2017

Muhammad Afnan Banu Aji¹, Tri Hastuti Nur Rochimah²

mafnanbanuaji@gmail.com/089685559033, trihastuti.aisyiyah@gmail.com/081227941412

Abstract

This study analyzes the utilization of online media conducted by Jogokariyan Mosque of Yogyakarta in building and fostering communication with da'wah activists in 2017. This study aims to describe and analyze how far the utilization of online media is carried out by the Jogokariyan Mosque in building communication with existing da'wah activists by reviewing several supporting and inhibiting factors in its implementation. This study uses a descriptive qualitative research method, with data collection techniques through interview methods to the parties involved as well as several document sources tested for validity with data triangulation techniques. Based on this study, the result shows that the utilization of online media by Jogokariyan Mosque of Yogyakarta has been based on the objectives, vision, and mission, but this does not last long because, in its application, the Jogokariyan Mosque chooses to use a more flexible planning model. The management of content to maximize the function of online media in 2017 has also been implemented and focused on Facebook and Instagram media as they see and consider the current conditions and effectiveness of this two media platform functions. Moreover, supervision and evaluation of the utilization of online media at the Jogokariyan Mosque have also run quite well, although there are still a number of controls and evaluations that have not generally run on several platforms due to limited facilities from the intended platform.

Keywords: *The Utilization Of Online Media, Mosque, Da'wah Activists*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis mengenai pemanfaatan media online yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam membangun dan membina sebuah komunikasi dengan Aktivis Dakwah di tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis sejauh mana pemanfaatan media online yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan dalam membangun komunikasi dengan Aktivis Dakwah yang ada dengan meninjau pada beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara kepada pihak yang terlibat serta beberapa sumber dokumen yang diuji validitasnya dengan teknik triangulasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media online Masjid Jogokariyan Yogyakarta telah dilandasi pada tujuan, visi dan misi, namun hal tersebut tidak bertahan lama karena pada pengaplikasiannya, Masjid Jogokariyan memilih untuk menggunakan model perencanaan yang lebih fleksibel. Pengelolaan konten untuk memaksimalkan fungsi media online pada tahun 2017 juga telah dilaksanakan dan difokuskan pada media *Facebook* dan *Instagram* karena melihat dan mempertimbangkan kondisi kekinian serta efektifitas dari fungsi kedua *platform* media tersebut. Pengawasan dan evaluasi pemanfaatan media online Masjid Jogokariyan juga sudah berjalan cukup baik, walaupun masih ada beberapa pengawasan dan evaluasi yang secara general belum berjalan di beberapa platform karena terbatasnya fasilitas dari platform yang dimaksud.

Kata Kunci: *Pemanfaatan Media Online, Masjid, Aktivis Dakwah*

¹ Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

² Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PENDAHULUAN

Berbagai kegiatan ke-Islaman mulai dari pelosok desa sampai daerah kota turut meramaikan euforia Islam di Indonesia. Hampir semua kegiatan ke-Islaman berpusat di masjid, mengingat masjid merupakan basis terbesar umat Islam untuk terus hidup dan berkembang. Terselenggaranya kegiatan ke-Islaman yang dilaksanakan di masjid ternyata juga memberikan dampak positif bagi banyak pihak. Bukan hanya pihak pengurus masjid dan warga sekitar saja yang diuntungkan, akan tetapi juga para Aktivis Dakwah yang ada. Peralunya melalui kegiatan ke-Islaman yang sering dilaksanakan, masjid mampu menjadi media komunikasi terpadu untuk memenuhi kebutuhan para Aktivis Dakwah dalam menuntut ilmu Islam lebih dalam lagi. Namun realitanya, tidak semua masjid memperhatikan media komunikasi yang baik dan efektif untuk para jemaah yang sudah mulai berkembang ke ranah teknologi yang lebih maju. Hal ini menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut, agar masjid bisa tetap eksis, makmur dan mampu menjadi gardu terdepan dalam memberikan informasi yang sesuai kepada para Aktivis Dakwah yang ada.

Penelitian terdahulu tentang dakwah pernah dilakukan oleh Pardianto dengan judul “Meneguhkan Dakwah melalui *New Media*” yang dimuat dalam Jurnal Komunikasi Islam Vol. 03 No. 01 tahun 2013. Hasil penelitian dalam jurnal tersebut menyebutkan bahwa “*Pertama*, umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi. Dari sisi dakwah, kekuatan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan. Dakwah sangat penting dilakukan melalui media internet, karena selain sebagai wadah untuk menyebarkan nilai-nilai Islami (media dakwah), media internet juga dapat mempererat ikatan ukhuwah Islamiyah. Internet juga banyak kegunaan dan manfaatnya apabila kemajuan teknologi internet ini bisa digunakan dengan optimal oleh umat Islam. Media internet memiliki peranan yang besar dan luas sekali sebagai alat penyampai informasi maupun sebagai alat komunikasi. Hal ini menempatkan posisinya begitu penting dan dibutuhkan manusia dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. *Kedua*, dengan adanya perkembangan globalisasi dan informasi saat ini maka media internet menyediakan berbagai aplikasi yang bisa dijadikan tempat untuk menyampaikan pesan dakwah. sehingga kita perlu berlomba-lomba menguasai teknologi informasi serta mencari ilmu pengetahuan sebanyak-banyaknya, karena dengan menguasai teknologi internet akan dapat mewujudkan strategi yang tepat dan jitu sehingga nilai-nilai Islam (pesan dakwah) dapat diterima dengan baik oleh sesama umat Islam dan umat-umat lain yang ingin mengetahui tentang nilai-nilai Islam. *Ketiga*, dengan berbagai perkembangan teknologi

informasi di era yang serba internet seperti saat ini, sudah saatnya meneguhkan dakwah *bil-internet* untuk dilakukan oleh para pelaku dakwah (*da'i*). Hal ini karena teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru dan sebuah jaringan mendunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet telah mengubah pola interaksi masyarakat. Dengan kata lain, metode tepat merupakan sebab diterimanya dakwah dan sarana dakwah merupakan sebab tersebar luasnya dakwah. Oleh karenanya dengan perkembangan teknologi yang cukup signifikan pada beberapa dekade terakhir, maka layak untuk dijadikan sarana dakwah". Penelitian Pardianto tersebut lebih menekankan pada peneguhan komunikasi dakwah melalui media online yang pengapikasiannya bisa dilakukan secara general dalam dakwah Islam.

Berbicara mengenai pengaplikasian dakwah Islam, Masjid Jogokariyan Yogyakarta bisa dijadikan rujukan, mengingat masjid tersebut merupakan Masjid Percontohan Terbaik tingkat regional Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan terbaik juga di tingkat nasional. Itu semua terbukti dari prestasi yang pernah didapatkan pada tahun 2016 lalu, dimana Masjid Jogokariyan Yogyakarta terpilih menjadi Juara 1 Masjid Besar Percontohan Tingkat DIY, yang selanjutnya mewakili DIY di tingkat nasional (<http://masjidjogokariyan.com/masjid-besar-percontohan-diy/>, diakses pada 17 Desember 2017, Pukul 05.52 WIB). Adapun dalam tingkat nasional, Masjid Jogokariyan Yogyakarta kembali mendapatkan apresiasi dari Kementerian Agama, yakni menjadi Masjid Besar Percontohan Tingkat Nasional dalam kategori *idarah* atau tata kelola masjid (<https://www2.kemenag.go.id/berita/435350/kemenag-beri-penghargaan-masjid-percontohan-tingkat-nasional>, diakses pada 17 Desember 2017, Pukul 05.48 WIB).

Apresiasi tersebut berkaitan erat dengan beberapa langkah efektif yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam membangun komunikasi dengan para Aktivistik Dakwah. Mengingat disetiap penyebaran informasi dakwah, Masjid Jogokariyan Yogyakarta sudah mampu menyesuaikan dan melihat tuntutan perkembangan zaman yang ada. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar komunikasi bisa berjalan efektif dan efisien. Itu semua bisa dilihat dari beberapa pemanfaatan media komunikasi yang pernah digunakan oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam membangun komunikasi dengan Aktivistik Dakwah tiap tahun ke tahun. Pada era 90an, Masjid Jogokariyan Yogyakarta memilih menggunakan media komunikasi dakwah lewat Radio Sanggar Aula FM, karena pada tahun-tahun tersebut media komunikasi berupa radio menjadi sesuatu yang sangat digandrungi oleh masyarakat luas. Berbeda lagi pada tahun 2000an saat gemar-gemarnya masyarakat menonton televisi (Tv), Masjid Jogokariyan Yogyakarta juga membuat Tv

Komunitas yang dinamai MJ Tv sebagai sarana media komunikasi untuk menyebarkan informasi dakwah ke masyarakat dan Aktivistis Dakwah yang ada.

Pada tahun 2017, Masjid Jogokariyan Yogyakarta telah mengembangkan sarana komunikasi dengan Aktivistis Dakwah sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang lebih maju. Hal ini bisa dilihat dari beberapa usaha Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam memanfaatkan dan memaksimalkan peran media online sebagai sarana media komunikasi dengan Aktivistis Dakwah yang ada. Pemanfaatan tersebut terlihat dari beberapa isi konten media yang dimiliki oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta, diantaranya media sosial seperti *YouTube* yang meng-*upload* beberapa kajian ke-Islaman yang pernah diadakan di Masjid Jogokariyan, atau *live streaming* beberapa kegiatan *via Instagram* dan *Facebook*, serta publikasi kegiatan melalui poster *digital* ke *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* serta tidak kalah pentingnya juga pemberdayaan *Website* masjid. Konten yang dipublikasikan pun nyatanya juga sebanding dengan pengakses media online Masjid Jogokariyan itu sendiri, hal tersebut bisa dilihat dari tingkat akses Aktivistis Dakwah melalui media online yang dimiliki oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta di tahun 2017, diantaranya laman *Facebook* yang mencapai 120.000 pengikut dan 88.500an penyuka, *Instagram* yang mencapai 47.200 *follower*, *Twitter* yang mencapai 9.300an *follower* serta *Subscriber YouTube* yang mencapai 2.000an orang tersebut sekaligus menjadi pionir dan pembeda antara Masjid Jogokariyan dengan masjid-masjid lain yang juga progresif di Kota Yogya, seperti Masjid Nurul Ashri Deresan, Masjid Syuhada Yogyakarta, Masjid Jamasba dan beberapa masjid lainnya, terkhusus dalam pengaplikasian dan pemanfaatan teknologi media online dalam membangun komunikasi yang baik dengan para Aktivistis Dakwah nya.

Berdasar beberapa penjelasan di atas serta didukung oleh penelitian sebelumnya, maka dari itu Penulis akan melakukan sebuah penelitian yang digarap guna menunjukkan bagaimana peran Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam memanfaatkan media online, beserta segala pendukung dan kendala yang ada dalam membangun komunikasi dengan Aktivistis Dakwah yang memfokuskan pada awal sampai dengan akhir tahun 2017.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara teknis tentang metode yang digunakan dalam penelitian (Sulistyo-Basuki, 2006: 93). Metode penelitian membahas konsep teoritik berbagai metoda, kelebihan dan kelemahannya, yang dalam karya ilmiah dilanjutkan dengan pemilihan metoda yang digunakan (Muhadjir, 1989: 3). Adapun Metodologi yang dipakai

oleh Penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus kualitatif. Jenis penelitian tersebut dipilih untuk melihat bagaimana pemanfaatan media online yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam membangun komunikasi dengan Aktivis Dakwah tahun 2017. Setelah menentukan objek serta waktu penelitian, Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan wawancara serta studi dokumen yang selanjutnya akan dianalisis dan diuji validitasnya.

PEMBAHASAN

A. PERENCANAAN MEDIA ONLINE MASJID JOGOKARIYAN

Pemanfaatan media online oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta dalam membangun komunikasi dengan aktivis dakwah tahun 2017 tersebut dikaji dalam beberapa hal, yakni mulai dari perencanaan, pelaksanaan atau pengelolaan serta evaluasi monitoring atau pengawasan. Lebih jelasnya berikut ini adalah penjelasannya:

Pada tahun 2017, perkembangan zaman dan teknologi media online semakin pesat. Hal itu mengharuskan Masjid Jogokariyan untuk bertindak dengan perencanaan yang lebih fleksibel melalui media yang sedang *booming* pada saat itu. Model perencanaan yang bersifat fleksibel tersebut dipilih, mengingat kegiatan di Masjid Jogokariyan yang beragam dan berubah-ubah tiap tahunnya karena harus menyesuaikan dengan kebutuhan dari Masjid Jogokariyan itu sendiri dan masyarakat serta Aktivis Dakwah yang ada (Krishna Yuniar, Kepala Biro Humas, Media dan Teknologi Informasi Masjid Jogokariyan, hasil wawancara pada 19 Juli 2018).

1. Sasaran, Strategi dan Proses Perencanaan

Perencanaan media juga tidak berhenti pada proses merumuskan visi, misi dan tujuan saja, akan tetapi Masjid Jogokariyan juga turut melakukan pemetaan dengan melihat sasaran, strategi dan rencana kegiatan. Hal tersebut juga sesuai dengan perencanaan media. Dimana aktivitas merencanakan media juga terdiri dari mendefinisikan sasaran, menetapkan strategi, dan menyusun bagian-bagian rencana untuk mengkoordinasikan sejumlah kegiatan (Rahmitasari, 2017: 170).

Sasaran dan Fokus Media

Selama tahun 2017 bahkan sampai sekarang, objek sasaran dakwah lewat media online yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan tersebut dikhususkan untuk menyasar masyarakat Indonesia terkhusus Aktivis Dakwah yang ada. Sedangkan untuk pengelolaan atau subjek pelaksanaan dakwah lewat media online tersebut tidak

terlepas dari peran dan tanggung jawab Biro Humas, Media dan Teknologi Informasi Masjid Jogokariyan itu sendiri.

Pada tahun 2017, Masjid Jogokariyan lebih memilih dan menggunakan *Facebook* dan *Instagram* sebagai platform media pelaksana yang paling efektif dan strategis dalam membangun komunikasi dengan Aktivistis Dakwah yang ada. Media tersebut dipilih juga dengan alasan karena selama tahun 2017 untuk pengaplikasiannya juga lebih bagus di 2 media tersebut, serta dalam pengelolaannya juga lebih mudah. Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Peneliti juga membuktikan bahwa kedua media itulah yang menjadi basis potensi Aktivistis Dakwah mengakses informasi dan mengetahui perkembangan dakwah di Masjid Jogokariyan, dibandingkan dengan media-media yang lain.

Tidak hanya itu saja alasan mengapa ke-2 media tersebut dipilih juga berimbang dengan jumlah *followers* atau pengikut dari ke-2 media tersebut jauh lebih tinggi dan besar dibandingkan dengan *platform* media-media lain sejenis yang digunakan oleh Masjid Jogokariyan dalam membangun komunikasi dengan Aktivistis Dakwah yang ada. Adapun jumlah pengakses dari masing-masing media tersebut sampai akhir tahun 2017, yakni *Facebook* yang mencapai 120.000 pengikut dengan 88.5000an penyuka dan *Instagram* yang mencapai 47.200 *followers*, sangat berbeda jauh dengan *Twitter* yang hanya mencapai 9.300an *followers* serta *YouTube* yang hanya mempunyai 2.000an *subscribers*. Itulah penjelasan mengapa Masjid Jogokariyan lebih memilih menggunakan media *Facebook* dan *Instagram* sebagai fokus media sarana dakwah di tahun 2017.

Strategic Planning

Masjid Jogokariyan pernah melakukan *strategic planning* yang pada tahun 2017 masih terus diaktualisasikan bahkan sampai sekarang. *Strategic planning* tersebut bisa dilihat dari beberapa dokumen yang di-*publish* oleh Masjid Jogokariyan ke *Google Drive* yang disinkronkan di laman *Website* Masjid Jogokariyan. Secara singkat berikut ini adalah *strategic planning* yang dimiliki oleh Manajemen Masjid Jogokariyan yang menjadi panduan dan berpengaruh pada pemanfaatan media online yang ada pada tahun 2017:

Gambar 1

Strategic Planning Manajemen Masjid Jogokariyan



Sumber : Website Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Melalui *strategic planning* Masjid Jogokariyan untuk memakmurkan masjid serta meninjau dari latar belakang positif dan negatifnya, maka Tim Media Masjid Jogokariyan juga berupaya melakukan berbagai kegiatan atau bentuk perencanaan yang efektif dan dapat mengundang massa untuk memakmurkan masjid. Bentuk perencanaan strategi yang telah dilakukan oleh Tim Media Masjid Jogokariyan dalam mengaplikasikan program tersebut, salah satunya adalah merencanakan *timing* penyebaran informasi. Hal itu dilakukan agar pesan atau konten dakwah bisa terakses dan terbaca oleh khalayak secara luas, sehingga potensi untuk Masjid Jogokariyan menjadi makmur semakin besar. Pembagian *timing* tersebut dikategorikan menjadi 4 waktu, berikut adalah penjelasannya :

Tabel 1

Pembagian Waktu Publikasi dan Potensi Baca Konten Media Online Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Waktu	Waktu Publikasi Konten	Waktu Potensi Baca	Jenis Konten
Pagi	05.00-07.00	06.00-08.00	Tentatif
Siang	11.00-12.00	12.00-13.00	Tentatif
Sore	15.00-16.00	Tentatif	Tentatif
Malam	20.00-21.00	Tentatif	Tentatif

Sumber : Wawancara dengan Kepala Biro Humas, Media dan Teknologi Informasi Masjid Jogokariyan Yogyakarta

Berdasarkan pembagian waktu publikasi dan potensi baca konten media online di masing-masing *platform* media online Masjid Jogokariyan tersebut juga bisa dikatakan cukup efektif, mengingat dari setiap konten yang di-*publish* tersebut mampu

mengundang respon yang cukup banyak dari masyarakat atau Aktivis Dakwah yang ada. Hal tersebut dapat dibuktikan dari banyaknya *likers* dan *comments* konten di masing *platform* yang ada. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah bukti *likers* dan *comment* yang random Peneliti tampilkan di beberapa *platform* yang ada:

Gambar 2

Viewers, Likers dan Comments Khalayak di Media Online Masjid Jogokariyan



Disukai oleh ervindadc, salimafillah, dan 2.548 lainnya

masjidjogokariyan 👍👍👍👍👍

❤️ Tabligh Akbar ❤️

"UKHUWAH DAN KEBANGKITAN ISLAM"

Bersama: ~ Ust. Abdul Somad Lc, MA. (Ulama dari Riau)

~ Ust. Salim A Fillah

(Takmir Masjid Jogokariyan)

Jumat, 20 Oktobrer 2017

Jam 15.00 - 17.30 WIB

(Dimohon sholat Ashar di Masjid Jogokariyan)

Contact Person :

083840285764

Bantu share ke teman2, keluarga dan saudaranya ya. Share di FB dan group whatsapp mu. Berbagi ilmu dan dapatkan limpahan pahalanya. 🙌🙌

★★★★★ #jogja #kajianjogja #yogyakarta #explorejogja #tablighakbar

Tampilkan semua 86 komentar

nur_jalamibi Fb masjidnya, boleh di info.. Apa ya?

masjidjogokariyan @nur_jalamibi Masjid Jogokariyan Yogyakarta

Sumber : Media Online Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Proses Perencanaan Kegiatan Produksi

Secara keseluruhan untuk perencanaan kegiatan media Masjid Jogokariyan itu sendiri terbagi menjadi beberapa tahapan, yakni kegiatan pra produksi, kegiatan produksi dan kegiatan pasca produksi. Lebih jelasnya berikut ini adalah proses pembagian perencanaan kegiatan produksinya:

a. Pra Produksi

Kegiatan pra produksi diawali dengan agenda rapat antara Tim Media dengan pengurus takmir dan dewan syuro untuk memutuskan berbagai kegiatan atau acara yang akan dilaksanakan di Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Kegiatan pra produksi diawali dengan agenda rapat antara tim media dengan pengurus takmir dan dewan syuro untuk memutuskan berbagai kegiatan atau acara yang akan dilaksanakan di Masjid Jogokariyan.

b. Produksi

Setelah acara sudah matang dan disetujui oleh dewan syuro dan pengurus takmir, maka dari tim media mulai merancang dan men-*design* konten terkait kegiatan yang dimaksud dan jika ada hal yang ditanyakan bisa bertanya di grup Tim Media. Jika *design* konten sudah jadi maka *design* tersebut tidak langsung disebar, akan tetapi di-*publish* ke grup Tim Media terlebih dahulu dengan memberikan *watermark* WIP (*Work in Progress*) untuk menandakan bahwasannya *design* yang di-*share* masih belum bisa disebarluaskan oleh Tim Media. Setelah itu barulah menunggu anggota tim memberikan masukan untuk konten tersebut.

c. Pasca Produksi

Jika konten yang di-*share* di grup Tim Media sudah diperbaiki dan telah mengkondisikan masukan dari anggota Tim Media, maka *design* tersebut dapat di-*share* ke media online atau media cetak milik Masjid Jogokariyan itu sendiri.

Melihat beberapa tahapan produksi yang merupakan perencanaan kegiatan dari Tim Media Masjid jogokariyan itu sendiri juga bisa dikatakan bahwa Masjid Jogokariyan telah melaksanakan fungsi teknis dari media online. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh (Pavlik dalam Rahmitasari, 2017: 164), bahwa fungsi media online tersebut terbagi menjadi 4, yakni proses produksi, distribusi, *display* dan *storage*. Proses produksi juga masuk dan menjadi bagian dari perencanaan kegiatan produksi Masjid Jogokariyan. Sedangkan proses distribusi dan *display* masuk pada proses perencanaan kegiatan pasca produksi. Sementara proses *storage* secara otomatis juga masuk pada perencanaan kegiatan pasca produksi, dimana ketika informasi disebar ke media internet maka informasi tersebut akan tersimpan secara otomatis dalam *database* media tersebut.

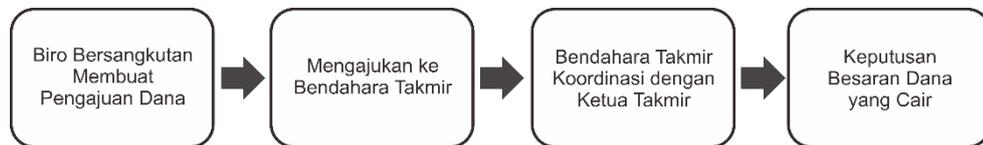
2. Rencana Anggaran

Kegiatan perencanaan dalam pendanaan juga menyesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Masjid Jogokriyan juga menghendaki untuk memutus sistem rantai birokrasi dalam pendanaannya, atau dalam artian tidak menggunakan rincian anggaran biaya mengingat Masjid Jogokariyan tersebut merupakan masjid yang diatur secara swadaya masyarakat. Sedangkan untuk alur pengajuan anggaran biaya juga tergolong cukup mudah, dengan hanya mengajukan dana ke takmir secara langsung atau membuat

proposal kegiatan yang diajukan ke pihak takmir, maka dana akan segera turun. Sedangkan untuk sumber dana operasional tersebut bersumber dari kotak infaq khusus untuk operasional yang diambil dari jemaah Masjid Jogokariyan saat Sholat Subuh.

Bagan 1

Alur Pencairan Dana di Masjid Jogokariyan Tahun 2017



Sumber : Wawancara dengan Sekretariat Masjid Jogokariyan Tahun 2017

B. PENGELOLAAN MEDIA ONLINE MASJID JOGOKARIYAN

Pengelolaan media online Masjid Jogokariyan terus dikembangkan agar mampu mencapai tujuannya dalam membangun sebuah komunikasi yang efektif dan efisien dengan Aktivistik Dakwah yang ada. Selain itu dengan adanya pengelolaan konten media online juga, Masjid Jogokariyan juga akan lebih mudah dikenal dan diterima oleh khalayak secara luas. Berikut ini adalah bentuk pengelolaan konten media Masjid Jogokariyan :

1. Konten Kreatif dan Mampu Mengikuti Perkembangan Zaman

Pada tahun 2017 Masjid Jogokariyan juga berupaya untuk memaksimalkan setiap konten yang dipublikasikan di media dengan cara membuat konten tersebut kreatif dan mampu mengikuti perkembangan zaman yang ada. Hal ini dilakukan agar khalayak yang saat ini tidak bisa lepas dari internet tersebut bisa lebih tertarik untuk membaca pesan dakwah dari Masjid Jogokariyan itu sendiri.

Kreatifitas konten bisa ditunjukkan dari cara Masjid Jogokariyan mengemas pesan, dimana pesan yang ada dikemas dengan *design* dengan sedemikian rupa sehingga bisa enak dilihat dan kekinian. Adapun *creator* dari *design* konten yang dibuat pun juga bagian dari Tim Media Masjid Jogokariyan dengan kreasi sendiri oleh agar khalayak tidak bosan melihatnya. Selain dikemas dengan *design* yang enak dilihat, Tim Media Masjid Jogokariyan juga terlebih dahulu menyamakan *feel* yang ada antar sesama anggota. Hal tersebut dilakukan agar setiap *design* yang dibuat oleh Tim Media Masjid Jogokariyan mempunyai ciri khas yang sama dengan harapan mampu dan bisa mudah diingat oleh masyarakat atau Aktivistik Dakwah yang ada. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah contoh *design* yang dibuat oleh Tim Media Masjid Jogokariyan dan dipublikasikan di media online pada tahun 2017:

Gambar 3

Design Digital Pamflet Masjid Jogokariyan 2017



Sumber : Instagram Masjid Jogokariyan

Berdasarkan *design* tersebut dapat terlihat, bahwasannya *design* Masjid Jogokariyan mempunyai ciri khas tersendiri, dimana *design* dibuat tidak terlalu ramai tapi enak dilihat. Selain itu ditambah dengan kombinasi warna yang *soft* dan *font* serta *graphic* yang tegas membuat *design* Masjid Jogokariyan tersebut semakin enak dan mudah dikenali oleh khalayak.

Selain *design*, konten juga dikemas kreatif dengan teknik *copywriting*. Teknik ini dilakukan agar ketika membaca informasi dakwah, khalayak dalam hal ini Aktivistik Dakwah yang ada tidak terlanjur bosan dahulu. Selain itu susunan kata-kata dalam setiap publikasi yang dilakukan Tim Media pun juga diperhatikan agar ketika khalayak membaca mereka selalu penasaran hingga akhir artikel atau tulisan tersebut selesai dibaca. Adapun setiap kalimat yang dipublikasikan juga dikondisikan dengan media yang digunakan. Mengingat setiap media mempunyai kualifikasi tersendiri, seperti halnya kata-kata atau *caption* di *Facebook* dan *Instagram* yang bisa disamakan dan dibuat kreatif agar orang penasaran untuk membacanya. Sedangkan untuk beberapa media tertentu seperti *Twitter*, pesan atau kata-kata harus dibuat singkat padat dan jelas agar orang tidak terlalu bosan membacanya. Tim Media juga menargetkan agar di 3 detik pertama ketika orang melihat pesan tersebut tidak bosan. (Krishna Yuniar,

Kepala Biro Humas, Media dan Teknologi Informasi Masjid Jogokariyan, hasil wawancara pada 03 Agustus 2018).

2. *Content Marketing*

Proses *marketing* juga menjadi hal yang penting dalam dakwah Islam Masjid Jogokariyan, karena melalui *marketing* inilah media Masjid Jogokariyan akan lebih mudah *viral* dan dikenal oleh khalayak. *Content Marketing* sendiri adalah satu dari beberapa cara yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan dalam membangun dan meningkatkan efektifitas komunikasi dengan Aktivis Dakwah pada tahun 2017. Salah satu *content marketing* yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan selama tahun 2017, yakni dengan memanfaatkan media online yang pada saat itu menjadi media yang banyak diakses oleh masyarakat untuk memasarkan konten dakwah masjid. Adapun *platform* media online yang digunakan sebagai ajang *content marketing* tersebut, yakni *Instagram, Facebook, Twitter, YouTube* maupun *Website* resmi yang dimiliki Masjid Jogokariyan itu sendiri.

Content Marketing juga menjadi hal yang penting bagi Masjid Jogokariyan, karena dengan konten yang ditujukan untuk pemasaran tersebut nyatanya Masjid Jogokariyan bisa dikenal luas oleh masyarakat luas. Hal tersebut bisa dibuktikan dari banyaknya masyarakat yang berkunjung dan mengikuti kegiatan yang ada di Masjid Jogokariyan hanya dengan mengandalkan media online sebagai media publikasinya. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah bukti kongkretnya:

Gambar 4

Membludaknya Jamaah dalam Acara Masjid Jogokariyan Tahun 2017



Sumber: Instagram Masjid Jogokariyan 2017

Selain bentuk pemasaran konten tersebut juga bermacam-macam. Pemasaran konten dilakukan dengan cara mempublikasikan informasi terkait dakwah dengan format video, gambar, artikel atau sekedar *update* status digital ke media online Masjid Jogokariyan Yogyakarta itu sendiri. Hal tersebut dilakukan dengan harapan agar semua orang terkhusus Aktivistis Dakwah yang ada bisa melihat dan mengakses informasi dakwah secara mudah dan menyeluruh. Selain mengandalkan media online untuk melakukan pemasaran konten, selama tahun 2017 Masjid Jogokariyan juga mengimbangi pemasaran konten lewat media online tersebut, dengan menyediakan konten menarik yang mampu mengundang banyak massa.

Salah satu cara yang diterapkan dan telah dilakukan oleh Masjid Jogokariyan untuk mengundang massa, yakni dengan mempublikasikan setiap kegiatan yang melibatkan ustadz, ustadzah, artis atau pemuka Islam lain yang terkenal di media online. Itu semua dilakukan agar pemasaran konten dakwah Masjid Jogokariyan lewat media online bisa berjalan lebih maksimal dengan banyaknya khalayak yang terlibat di dalam kegiatan yang dimaksud. Selama kurun tahun 2017, Masjid Jogokariyan telah membangun relasi dengan ustadz, ustadzah dan artis terkenal yang eksis di media online. Adapun Mereka adalah Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Salim A. Fillah, Muzamil Hasballah, Ust. Oemar Mita, Ust. Bachtiar Nasir, Syaikh Ali Jaber, beberapa syeikh dari luar negeri dan masih banyak lagi.

3. Konten Dikemas dengan Konsep Dakwah Islam

Konten yang dikelola oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta juga tidak terlepas dari konsep dakwah Islam itu sendiri. Konsep komunikasi dalam dakwah Islam itu sendiri merupakan suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Kitab Al-Quran dan Hadis dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Ilaihi, 2010: 26).

Hal itulah yang mengilhami setiap pesan dari konten yang dipublikasikan Masjid Jogokariyan lewat media online di tahun 2017 tersebut berisikan info-info dakwah terkini yang tidak lepas dari sumber Al-Qur'an dan Hadist. Selain itu melihat peran yang ada, Masjid Jogokariyan itu sendiri juga merupakan lembaga keagamaan yang berwawasan Islam, sehingga tidak heran jika dalam pengaplikasian dakwahnya juga tidak terlepas dari pesan-pesan yang mengandung konsep dakwah Islam di dalamnya.

Selama tahun 2017, Masjid Jogokariyan telah mempublikasikan berbagai konten yang bahkan hampir semuanya berkaitan dengan Islam. Konten tersebut juga beragam, mulai dari *update* status, gambar, video atau artikel-artikel berwawasan Islami. Lebih jelasnya, berikut ini adalah contoh dari beberapa publikasi yang terdapat di media online milik Masjid Jogokariyan Yogyakarta terkait konten- konten yang dikemas dengan konsep dakwah Islam itu sendiri:

Gambar 5

Status dengan Konsep Dakwah Islam di Twitter Tahun 2017



Sumber : Twitter Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Selain pesan-pesan dakwah singkat yang tentunya bersumber pada Qur'an dan Hadist itu, Masjid Jogokariyan juga mengemas konten dakwahnya dengan beberapa video seperti halnya yang pernah dipublikasikan ke media *YouTube* Masjid Jogokariyan Yogyakarta itu sendiri:

Gambar 6

Video dengan Konsep Dakwah Islam di YouTube Tahun 2017



Sumber : YouTube Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Tidak hanya dengan video saja, konten yang dikemas dalam konsep dakwah Islam juga beberapa kali di-*publish* oleh Masjid Jogokariyan itu sendiri dalam bentuk media yang lain. Berikut adalah satu dari beberapa gambar yang dipublikasikan oleh Masjid Jogokariyan dengan konsep dakwah Islam pada tahun 2017:

Gambar 7

Gambar dengan Konsep Dakwah Islam di Instagram Tahun 2017



Sumber: Instagram Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Melalui konten seperti inilah Masjid Jogokariyan membina kedekatan dengan Aktivistik Dakwah yang ada, dengan pembinaan dan berbagi info dari media online ini diharapkan juga mampu menarik masyarakat dan Aktivistik Dakwah yang ada untuk tertarik belajar dan datang ke Masjid Jogokariyan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Masjid Jogokariyan sudah melaksanakan pendekatan sasaran dakwahnya, baik itu masyarakat luas pada umumnya atau Aktivistik Dakwah pada khususnya. Adapun jika dikaji secara teori, pendekatan yang dilakukan oleh Masjid Jogokariyan sudah mencapai pada 2 aspek pendekatan, yakni pendekatan *social interaction* dan *social integration*. Pendekatan *social interaction* terletak pada cara Masjid Jogokariyan memanfaatkan media online untuk memudahkan khalayak sasaran yang jauh bisa mendapatkan akses untuk belajar Islam lewat beberapa fitur yang difungsikan oleh Masjid Jogokariyan, seperti *live streaming*, *upload video* di *YouTube* dan masih banyak lagi.

Selain itu jika ditinjau dari pendekatan *social integration*, dari Masjid Jogokariyan sendiri juga telah berhasil memanfaatkan media sebagai media untuk menciptakan masyarakat. Hal tersebut bisa dibuktikan dari melalui kegiatan atau konten media yang di-*publish* bisa menggiring banyak orang untuk datang dan mengikuti kegiatan

seperti yang telah ditampilkan di pembahasan sebelumnya atau hanya sekedar mengikuti lewat *live streaming* di akun media online Masjid Jogokariyan.

4. Platform Media yang Digunakan

Facebook

Facebook berperan penting dalam dakwah Masjid Jogokariyan, karena dengan media inilah khalayak bisa mendapatkan informasi seputar dakwah dengan cepat dan mudah. Pada tahun 2017, *Facebook* menjadi satu diantara 2 media yang dipilih oleh Masjid Jogokariyan untuk menggencarkan publikasi dari setiap konten media dan kegiatan yang ada di Masjid Jogokariyan. Hal tersebut dipilih juga berdasarkan tinjauan dari Tim Media Masjid Jogokariyan itu sendiri, dimana khalayak aktif itu kebanyakan ada di *Facebook* salah satunya. Sehingga ketika *Facebook* ini digencarkan, maka akan sangat berdampak pada eksistensi dari Masjid Jogokariyan itu sendiri.

Selama kurun tahun 2017 ada sebanyak 198 tema yang di-*publish* di *Facebook* Masjid Jogokariyan. Adapun untuk konten yang di-*publish* paling banyak kisaran pada Bulan Mei-Juni 2017 yang totalnya mencapai 58 konten dengan tema bermacam-macam. Banyaknya konten pada bulan-bulan tersebut juga mengingat bahwa pada bulan tersebut sudah memasuki Ramadhan 1438H, sehingga tidak heran jika konten akan lebih gencar dan bertepatan tentang Ramadhan.

Instagram

Selain *Facebook*, aplikasi *Instagram* adalah media yang menjadi fokus Masjid Jogokariyan dalam menyebarkan informasi dakwah terkini pada tahun 2017. Melalui *Instagram* ini khalayak atau Aktivis Dakwah yang ada dapat mengakses segala informasi terkini dari Masjid Jogokariyan Yogyakarta melalui beberapa fitur terkini, seperti Keterangan pada Bio, Kiriman yang di-*publish*, *Instastory*, *Livestreaming* dan masih banyak lagi.

Selama kurun tahun 2017 ada sebanyak 183 tema yang di-*publish* di *Instagram* Masjid Jogokariyan. Tidak jauh beda dari *Facebook*, konten yang dimuat di *Instagram* di tahun 2017 paling banyak juga kisaran Bulan Mei-Juni 2017 yang totalnya mencapai 59 tema konten. Memang tidak heran jika pada Bulan Ramadhan setiap masjid mempunyai kegiatan yang cukup padat, sehingga pengencaran informasi dakwah di media online juga perlu berimbang.

YouTube

Channel YouTube Masjid Jogokariyan juga menyediakan beberapa pilihan video yang dapat diakses oleh khalayak luas. Setiap video yang di-*publish* juga dilengkapi dengan

beberapa fitur terkini, seperti fitur *like* untuk menyukai konten video, fitur *dislike* untuk tidak menyukai konten video, fitur *comment* untuk memberikan komentar terhadap konten video serta fitur *subscribe* yang digunakan untuk berlangganan terhadap *channel YouTube* Masjid Jogokariyan. Pada tahun 2017, konten *YouTube* masih tetap di-*publish*, akan tetapi tidak terlalu difokuskan, mengingat minat khalayak paling besar ada di *Facebook* dan *Instagram* Masjid Jogokariyan.

Selama kurun tahun 2017 ada sebanyak 11 tema video yang di-*publish* di *YouTube* Masjid Jogokariyan. Berbeda dari *Facebook* dan *Instagram* yang konten paling banyak terdapat pada bulan Mei-Juni 2017, *channel YouTube* Masjid Jogokariyan justru lebih gencar pada Bulan Maret atau tepatnya saat Masjid Jogokariyan sedang gencar-gencarnya mempublikasikan Kajian Majelis Jejak Nabi dengan pengisi dari Ustadz Salim A. Fillah. Kajian Majelis Jejak Nabi itu menjadi spesial karena pada kajian tersebut Uustadz Salim A. Fillah banyak mengkaji mengenai Islam di Negeri Paman Sam atau Amerika yang umunya itu merupakan hal yang jarang didengar dan dikaji oleh Aktivis Dakwah yang ada, sehingga tidak heran jika Masjid Jogokariyan juga gencar untuk mempublikasikan kajian tersebut di *channel YouTube* Masjid Jogokariyan.

Twitter

Media ini dibuat oleh Masjid Jogokariyan untuk menyebarkan informasi dakwah singkat seputar Islam. Pada media ini juga dilengkapi dengan beberapa fitur terkini, seperti fitur *retweet* untuk membagikan kiriman Masjid Jogokariyan, fitur *like* dan *comment* untuk menyukai konten dan memberikan komentar terhadap konten yang di-*publish*. Konten yang di-*publish* juga beragam, selain *tweet* dengan kata-kata, Masjid Jogokariyan juga mengimbangnya dengan koenten gambar dan video juga agar terlihat lebih menarik. Singkronisasi *Twitter* juga diberlakukan agar memudahkan untuk mempublikasikan setiap kegiatan.

Selama kurun tahun 2017 ada sebanyak 41 tema dengan total posting 107 kali yang di-*publish* di *Twitter* Masjid Jogokariyan. Konten yang di-*publish* di akun *Twitter* Masjid Jogokariyan paling gencar justru di saat kisaran Bulan Januari-Februari 2017 saat gencar-gencarnya isu politik tentang pemilu DKI Jakarta. Kebanyakan konten yang di-*publish* pun juga berisikan mengenai pesan-pesan Islam dalam menanggapi dan menyikapi soal politik atau pemilu tersebut. Dimana dari Masjid Jogokariyan meyakinkan kepada seluruh umat muslim yang ada dimanapun untuk memilih pemimpin yang muslim, bahkan dari Masjid Jogokariyan juga akan memfasilitasi

masyarakat muslim DKI Jakarta yang tinggal di Kampung Jogokariyan untuk kembali ke Jakarta dan memilih pemimpin muslim demi mensukseskan opini yang dibangunnya.

Website

Website merupakan layanan dengan basis internet yang digunakan sebagai media pendukung dalam menyebarkan informasi seputar Masjid Jogokariyan, dimana untuk mengakses portal yang beralamatkan di <http://masjidjogokariyan.com/> tersebut, pengaksesnya perlu memiliki jaringan internet. Pada media ini, target yang dituju ialah masyarakat atau Aktivis Dakwah yang ada jauh di luar sana dan sulit mencari informasi mengenai Masjid Jogokariyan secara langsung serta beberapa pihak yang memiliki kepentingan khusus, seperti peneliti atau lain-lain. Selama tahun 2017, *Website* Masjid Jogokariyan tersebut juga dikatakan jarang *publish* informasi dawah, berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya yang mana info dakwah sering di-*publish* di laman Masjid Jogokariyan.

Setelah melihat secara keseluruhan dari setiap isi *platform* yang digunakan oleh Masjid Jogokariyan dalam menyebarkan informasi dakwah di media online, maka dapat disimpulkan bahwasannya publisitas yang dilakukan oleh Tim Media Masjid Jogokariyan di tahun 2017 tersebut paling gencar pada aplikasi *Facebook* dengan total postingan 198 tema, disusul oleh aplikasi *Instagram* yang mencapai 183 postingan dan kemudian disusul lagi oleh *Twitter* sebanyak 41 tema dengan 107 postingan, *YouTube* dengan 11 konten video dan paling sedikit pada *platform Website* yang hanya mencapai 2 kali postingan saja. Melalui isi konten media online yang digunakan oleh Masjid Jogokariyan tersebut juga membuktikan bahwa memang fokus media di tahun 2017 dipusatkan pada *platform Facebook* dan *Instagram* saja.

EVALUASI DAN PENGAWASAN MEDIA ONLINE MASJID JOGOKARIYAN

Aktivitas pengawasan dilakukan untuk mengendalikan media online yang telah digunakan oleh Masjid Jogokariyan. Aktivitas mengendalikan tersebut terdiri dari memantau kegiatan untuk tujuan meyakinkan kegiatan tersebut diselesaikan seperti yang direncanakan. Pengawasan dan evaluasi media online rutin dilaksanakan oleh Biro Media setiap Hari Jumat Legi, tepatnya setelah Sholat Jumat. Adapun hal yang dibahas dalam rapat tersebut secara keseluruhan, yakni perkembangan Tim Media beserta hal yang perlu dievaluasi dan ditindaklanjuti. Melalui pengawasan tersebut,

diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi Masjid Jogokariyan sendiri dalam membangun komunikasi dengan Aktivistik Dakwah yang ada dikemudian hari. Selain dari pengawasan dan evaluasi dari rapat yang dilaksanakan setiap Hari Jumat Legi tersebut, Tim Media Masjid Jogokariyan juga senantiasa melakukan evaluasi dengan melihat fitur yang menyediakan data akses yang tersedia di media milik Masjid Jogokariyan. Pengaplikasian pengawasan dan evaluasi komunikasi media online Masjid Jogokariyan pada tahun 2017 tersebut hanya dilakukan oleh Kepala Biro Humas, Media dan Teknologi Informasi saja melalui beberapa data pada *traffic* atau *insight* media yang disediakan oleh aplikasi media itu sendiri. Hal ini dirasa perlu karena data itu sendiri menjadi modal awal dalam membuat opini di masyarakat

Gambar 8

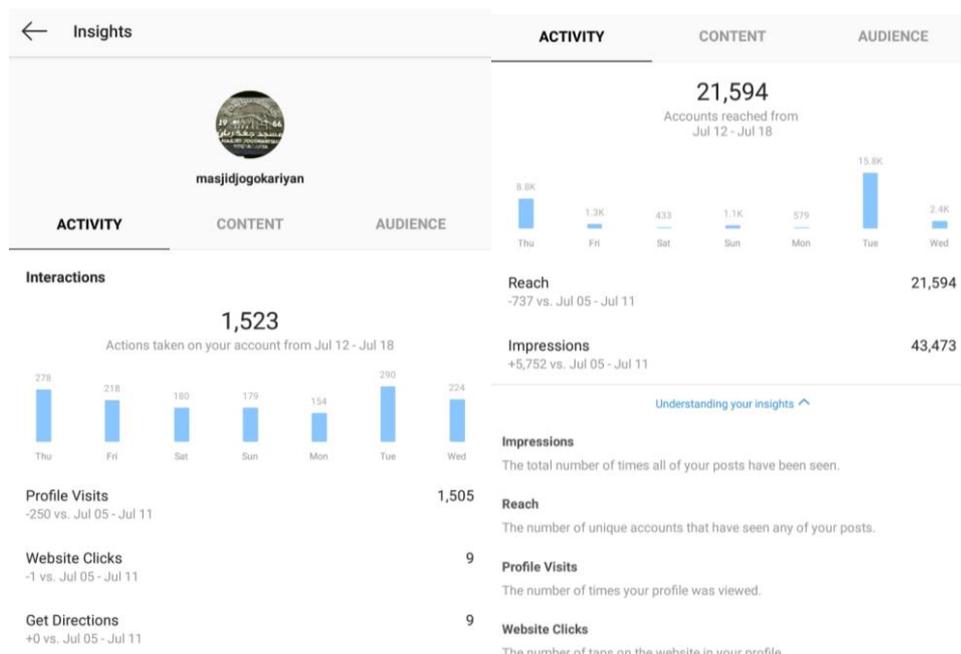
Pengunjung Website Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Months and Years													
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
2014											2,642	6,125	8,767
2015	6,863	3,029	3,498	3,882	4,253	10,852	6,605	3,808	7,058	6,323	6,540	6,887	69,598
2016	5,227	7,041	6,887	6,654	15,581	28,695	9,255	7,331	8,177	9,398	8,009	13,529	125,784
2017	12,016	9,087	8,316	10,803	17,129	17,122	10,667	7,613	7,054	9,386	7,648	9,579	126,420
2018	7,735	8,237	11,709	12,524	15,281	12,310	6,810						74,606

Sumber : Dokumen Website Masjid Jogokariyan Tahun 2017

Gambar 9

Insight Activity Instagram Masjid Jogokariyan



Sumber : Dokumen Admin Instagram Masjid Jogokariyan

Adapun data yang dapat dilihat juga terbatas pada beberapa media saja, karena tidak semua media yang digunakan oleh Masjid Jogokariyan menyediakan fitur untuk melakukan pengawasan dan pemantauan. Walaupun beberapa media belum menyediakan fitur untuk pengawasan tersebut, Masjid Jogokariyan juga tetap melakukan pengawasan dan evaluasi sebisa mungkin, dengan melihat secara sekilas mengenai *insight* tersebut, seperti melihat jumlah *followers*, *likers*, *comments* atau *subscribers* di masing-masing media yang ada. Walaupun evaluasi secara general dan detail kenyataannya belum berjalan, akan tetapi hal ini perlu halnya untuk dilakukan. Pada tahun 2017 pengawasan dan evaluasi yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwasannya untuk pengawasan dan evaluasi berjalan lebih baik di *platform Instagram* dan *Website*, hal tersebut mengingat bahwa hanya kedua aplikasi ini yang menyediakan fitur untuk melihat *insight* dan *traffic* dari *activity*, *content* maupun *audience*-nya. Walaupun demikian evaluasi di *platform* media online lainnya pun juga bisa dibbilang cukup baik akan tetapi masih belum maksimal, mengingat adanya pertemuan atau rapat yang difungsikan untuk membahas media, salah satunya media online dan adanya cek manual yang dilakukan memungkinkan dari Tim Media sudah yang sudah diterapkannya.

KESIMPULAN

Kegiatan perencanaan Masjid Jogokariyan dalam memanfaatkan media online untuk membangun komunikasi dengan Aktivistis Dakwah tersebut dilandasi dengan tujuan, visi dan misi Masjid Jogokariyan, namun hal tersebut tidak bertahan lama. Pada pengaplikasiannya, Masjid Jogokariyan memilih untuk menggunakan model perencanaan fleksibel dengan mempertimbangkan beberapa aspek diantaranya yakni sasaran dan fokus media, *strategic planning* dan rencana kegiatan produksi agar setiap langkahnya berjalan dengan maksimal. Masjid Jogokariyan telah menyediakan anggaran khusus operasional yang dapat diakses secara swadaya masyarakat oleh pengurus takmir dan beberapa biro terkait dengan mempertimbangkan keperluan dan kebutuhan pada masing-masing kegiatan yang dimaksud, akan tetapi secara terperinci untuk rencana anggaran disetiap biro tidak dilakukan. Pengelolaan konten untuk memaksimalkan fungsi media online pada tahun 2017 tersebut telah dilaksanakan dan difokuskan pada media *Facebook* dan *Instagram* milik Masjid Jogokariyan dengan mempertimbangkan kondisi kekinian serta efektifitas dari fungsi *platform* media yang ada. Pengawasan dan evaluasi pemanfaatan media online Masjid Jogokariyan sudah berjalan cukup

baik dengan melaksanakan rapat setiap Jumat Legi dan menggunakan beberapa fitur terkini dari masing-masing media atau aplikasi yang ada untuk melihat statistik dan *insight* khalayak. Walaupun sudah terlaksana, namun masih ada beberapa pengawasan dan evaluasi yang secara general belum berjalan di beberapa *platform*, karena *platform* yang dimaksud tidak menyediakan fitur untuk melihat statistik dan *traffic* atau *insight* khalayak. Faktor pendukung kegiatan pemanfaatan media online dalam membangun komunikasi di Masjid Jogokariyan tersebut terletak pada meleknya pihak takmir terhadap teknologi, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, fasilitas yang sangat mendukung dakwah *via* media online serta adanya *media partner* yang selalu *support* kegiatan dakwah. Sedangkan faktor penghambatnya terletak pada seringnya *server* penuh karena banyak pengakses dan peralatan media yang kurang *portable* untuk *live streaming* di media online milik Masjid Jogokariyan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creeber, G. & Martin, R (ed.). (2009), *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press.
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom & Glen M. (2005). *Effective Public Relations*. Edisi 8. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Lister, M., Dovey, J., Gidding, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhadjir, Noeng. (1989). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy J. (1989). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahmitasari, Diyah Hayu (ed.). (2017). *Manajemen Media di Indoensia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Soehartono, Irawan. (1995). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Tasmara, Toto. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Jaya Pratama Jakarta.

Jurnal

- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Jurnal Komunikasi MediaTor*, 06(02), 291-296.
- Pardianto. (2013). Meneguhkan Dakwah Melalui New Media. *Jurnal Komunikasi Islam*. 03(01), 22-47.
- Tahir, Qaharuddin, Hafied Cangar dan Basir Syam. (2014). Masjid Kampus Sebagai Media Komunikasi Aktivistis Dakwah dalam Pembentukan Karakter Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. 03(03), 186-192.

Sumber Lain

- Admin Masjid Jogokariyan. (2016). *Kemenag Jogja: Masjid Jogokariyan Jadi Juara Lomba Masjid Besar Percontohan DIY*. Diakses pada 01 September 2017 dari <http://masjidjogokariyan.com/masjid-besar-percontohan-diy/>.
- Admin Masjid Jogokariyan. (2011). *Profil Masjid Jogokariyan*. Diakses pada 15 Mei 2018 dari <https://masjidjogokariyan.com/about/>.
- Arif. (2016). *Kemenag Beri Penghargaan Masjid Percontohan Tingkat Nasional*. Diakses pada 13 Desember 2017 dari <https://www2.kemenag.go.id/berita/435350/kemenag-beri-penghargaan-masjid-percontohan-tingkat-nasional>.