

TINJAUAN PENGGUNAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI KEGIATAN HIPMA AD-DA'WAH BANDUNG

Donny Heryadi
fikridonny@gmail.com

Abstrak

Jurnal ini berjudul "Tinjauan Penggunaan Konten Media Sosial untuk publikasi kegiatan HIPMA (Himpunan Pemuda Masjid Ad-Da'wah) Bandung". Disusun oleh Donny Heryadi.

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau penggunaan konten media sosial dalam meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial dalam menyampaikan informasi kegiatan positif remaja masjid Ad-da'wah Bandung.

Penulis menggambarkan hasil observasi dan menganalisa data-data yang di peroleh di lapangan melalui penyebaran kuesioner untuk mengetahui tanggapan/respon tentang penggunaan konten media sosial HIPMA Ad-da'wah di Bandung..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi seperti aplikasi Instagram mempermudah menyampaikan informasi kepada Jama'ah masjid Ad- Da'wah dan masyarakat dan mendorong meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan masjid Ad-Da'wah.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Media Sosial, Aplikasi Mobile

ABSTRACT

This journal article is entitled "A Review of the Use of Social Media Content for Publicizing the Activities of HIPMA (Ad-Da'wah Mosque Youth Association) Bandung." It was written by Donny Heryadi.

This study aims to examine the use of social media content to increase the effectiveness of social media in conveying information about positive activities of youth at the Ad-Da'wah Mosque in Bandung.

The author describes the results of observations and analyzes data obtained in the field through the distribution of questionnaires to obtain responses regarding the use of social media content by HIPMA Ad-Da'wah in Bandung. The results show that the use of technology such as the Instagram application facilitates the dissemination of information to the congregation of the Ad-Da'wah Mosque and the community and encourages increased community participation in Ad-Da'wah Mosque activities.

Keywords: Information Technology, Social Media, Mobile Applications

Pendahuluan

PENDAHULUAN

Inovasi teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi. menunjukkan bagaimana teknologi mempermudah aktivitas, memperluas kemungkinan, dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan seperti komunikasi, transportasi, dan Pendidikan. Salah satu wujud nyata dari inovasi tersebut adalah hadirnya media sosial. Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan atau komunikasi personal, tetapi juga dimanfaatkan secara luas sebagai media informasi dan publikasi kegiatan oleh berbagai pihak, seperti instansi pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi, maupun komunitas.

Karena sebagai organisasi, instansi pemerintahan, Lembaga Pendidikan maupun komunitas penggunaan media sosial merupakan salah satu cara untuk menyebarluaskan mengenai informasi positif secara lebih masif, dan juga digunakan untuk mempromosikan terkait program dan kegiatan serta kinerja masing-masing. Sehingga dapat mendukung terbentuknya opini maupun persepsi yang baik di masyarakat. Hal inilah yang membuat HIPMA (Himpunan Pemuda Masjid AD-Da'wah) Kota Bandung ikut memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi dengan khalayak. Karena media sosial sangat mendukung dalam proses penyampaian informasi dan publikasi. Sebagai suatu organisasi harus bisa memanfaatkannya dengan maksimal. Hal yang dapat dilakukan sebagai media penyebar informasi serta publikasi melalui media

sosial yaitu dengan berbagi berita yang telah dimuat dengan memposting berbagai kegiatan melalui foto atau video, sehingga membuat informasi yang didapat tersampaikan sepenuhnya kepada masyarakat. Dalam kegiatan penyebaran informasi maupun mempublikasikan sebuah konten kegiatan, HIPMA Ad-Da'wah menggunakan akun media sosial instagram yaitu @hipmaaddawah

Akun instagram tersebut sudah memiliki followers berjumlah 166 yang kapanpun dapat bertambah. Akun tersebut dimanfaatkan untuk berbagi informasi kepada publik atau pengikutnya agar mengetahui berbagai agenda kegiatan maupun informasi-informasi menarik yang dimiliki oleh HIPMA Ad-Da'wah. Karena HIPMA sendiri merupakan salah satu Bagian dari struktur organisasi DKM Masjid Ad-Da'wah Bandung, yang memiliki tujuan organisasi untuk membantu memakmurkan masjid Ad-Da'wah dengan kegiatan – kegiatan remaja. Sehingga berdasarkan fungsi HIPMA yaitu, memberdayakan, mewujudkan masyarakat yang aktif dan berupaya berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Berdasarkan fungsinya, sudah sepatutnya sebagai suatu organisasi memanfaatkan kesempatan ini agar semakin banyak dikenal oleh publik. Dengan memanfaatkan salah satu media sosial yaitu Instagram sebagai media penyebarluasan informasinya. Karena Instagram memiliki cakupan yang sangat luas tidak hanya pada daerah tertentu saja, tetapi seluruh orang di berbagai belahan dunia pun dapat

mengakses konten yang diunggah di masing masing platform media sosialnya.

Dilansir dari hasil data DataReportal menjelaskan bahwa angka ini tidak merepresentasikan bahwa satu orang pengguna memiliki satu akun media sosial. Sebab, angka ini merupakan pengguna media sosial berdasarkan identitas atau akunnya di internet. Selain itu, satu orang pengguna juga bisa memiliki lebih dari satu akun, dan media sosial yang dipakai juga bisa bervariasi, tidak hanya satu saja. Tetapi yang jelas, jika dikaitkan dengan jumlah pengguna internet nasional yang mencapai sekitar 230 juta pengguna, 78,2 persen pengguna internet Indonesia tercatat menggunakan setidaknya satu platform media sosial per Oktober 2025. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut, seperti dihimpun KompasTekno dari DataReportal. YouTube: 151 juta pengguna Facebook: 121 juta pengguna Instagram: 108 juta pengguna TikTok: 180 juta pengguna dewasa LinkedIn: 37 juta.

Walaupun Instagram menduduki urutan kedua, tetapi kehadiran Instagram menjadi salah satu media online yang paling disukai oleh masyarakat karena didalamnya terdapat berbagai macam informasi, foto dan video yang menarik dan unik mulai dari berita berita yang sedang viral, konten edukasi, konten hiburan, konten agama, dan masih banyak lagi (Riyanto, 2022). Alasan memilih media sosial Instagram karena Instagram adalah salah satu platform yang tepat untuk digunakan sebagai publikasi. Instagram juga dinilai memiliki fitur serta penyajian visual yang lebih

menarik dan banyak dibandingkan platform lain. Fitur-fitur Instagram terdiri dari fitur kamera, profile, reels, caption, tag and hashtag, highlight, instagram shopping, instagram story, instagram live dan masih banyak lagi (Abidin & Soegiarto, 2021). Instagram pun memiliki potensi pada komunitas influencer yang memungkinkan semua orang bisa menjadi terkenal melalui media sosial.

Menurut Cahyono dalam Abidin & Soegiarto (2021) Media online yang dapat digunakan oleh penggunanya di berbagai aktivitas seperti, sharing, joining, dan creating biasanya disebut dengan social media. Dalam aktivitas sharing, pengguna dapat membagikan informasi maupun konten dari media sosial mereka. Kemudian joining, para pengguna dapat bergabung dalam suatu komunitas bermanfaat maupun organisasi yang tersedia pada platform di berbagai media sosial. Sedangkan creating yaitu para pengguna media sosial dapat menciptakan maupun membuat konten atau isi dari media sosial yang digunakan. Selain anggapan tersebut, media sosial juga dianggap sebagai media online yang bisa mengubah komunikasi menjadi suatu percakapan yang interaktif. Karena hal itu media sosial dikatakan dapat mendukung terjalannya interaksi sosial. Dalam membuat sebuah konten pun harus memperhatikan dan memilah kembali, konten mana yang akan dipublikasikan kepada publik. Pembuatannya pun harus berdasarkan data konkrit atau sesuai keadaan sebenarnya dan tentunya menarik perhatian masyarakat, sehingga membuat masyarakat semakin tertarik

untuk membaca, mengunjungi, hingga mengikuti situs tersebut. Sebuah konten dikatakan hidup, jika konten tersebut memiliki aktivitas yang beragam. Karena konten memungkinkan adanya interaksi secara mendalam dengan audiens atau membangun koneksi. Bagus atau tidaknya sebuah konten akan mempengaruhi rating atau penilaian publik terhadap dari suatu akun media sosial. Biasanya hal ini menjadi salah satu hambatan yang dimiliki oleh setiap akun organisasi. Karena jika konten tersebut kurang menarik, maka akan menurunkan followers atau minat masyarakat terhadap akun tersebut. Sebaliknya, jika konten tersebut menarik, maka akan meningkatkan jumlah followers dan minat masyarakat terhadap akun media sosial. Maka dari itu setiap pengguna akun media sosial Instagram harus dapat memperhatikan konten-kontennya sehingga mendapatkan respon positif dari sesama pengguna maupun masyarakat.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan dengan Judul “Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono dalam Sulistyarningsih & Rakhmawati (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan dalam meneliti objek secara alamiah, dimana penulis sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan triangulasi, analisis data

bersifat induktif serta hasil yang lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Kajian Literatur

Teknologi adalah seperangkat alat, sistem, dan proses yang digunakan untuk mengelola, menyimpan, mengirimkan, dan menerima informasi serta memfasilitasi komunikasi. Teknologi ini mencakup perangkat seperti komputer, telepon, internet, aplikasi, dan jaringan, yang memungkinkan manusia untuk berbagi informasi secara cepat, efisien, dan tanpa batasan *geografis*.

Menurut Muhamad Danuri menyatakan bahwa “Teknologi digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan pelaksanaan kegiatan secara komputer atau digital dibandingkan dengan penggunaan tenaga manusia. Teknologi ini cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Pada dasarnya, teknologi digital merupakan sistem yang menghitung dengan sangat cepat dan memproses semua bentuk informasi sebagai nilai-nilai numeris.” Muhamad Danuri (2019:119)

Menurut Rippa dan Secundo, “teknologi digital dibagi kedalam 3 bagian yaitu *Digital Artifact*, *Digital Platform*, dan *Digital Infrastructure*. Artefak digital (*Digital Artifact*) dapat didefinisikan sebagai komponen digital, aplikasi, atau konten media yang merupakan bagian dari produk (atau layanan) baru dan menawarkan fungsionalitas atau nilai tertentu kepada *end-user*. Platform digital (*Digital Platform*) dapat didefinisikan sebagai platform berbasis perangkat lunak yang dibuat oleh basis kode yang dapat dikembangkan dari sistem berbasis perangkat lunak yang menyediakan fungsionalitas inti yang dibagi oleh modul-modul yang dengannya ia beroperasi dan antarmuka yang dengannya mereka beroperasi. Infrastruktur digital (*Digital Infrastructure*) didefinisikan sebagai alat teknologi digital dan sistem yang menawarkan kemampuan komunikasi, kolaborasi, dan / atau komputasi. Penggunaan infrastruktur digital adalah proses sosioteknik yang didefinisikan oleh Tilson dkk (2010) sebagai digitalisasi, yang menanamkan signifikansi pada perubahan yang menyertainya pada tingkat kognitif, sosial, dan kelembagaan.” Rippa dan Secundo (2018).

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010): Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna.

Sedangkan menurut McQuail (2011): Media sosial adalah bentuk baru komunikasi massa yang memungkinkan keterlibatan aktif pengguna.

Menurut Boyd dan Ellison (2007): Media sosial memungkinkan individu membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem, menjalin koneksi, dan melihat jaringan koneksi orang lain.

Teknologi terbagi atas dua jenis yaitu Teknologi komunikasi dan Teknologi informasi, berikut ini adalah penjelasan tentang jenis teknologi :

1. Teknologi komunikasi

Teknologi komunikasi sebagai penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi melalui penciptaan material (alat-alat teknis) untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, sasaran, dan dampak sesuai dengan konteks komunikasi. Setiawan (2018:91)

Teknologi komunikasi adalah segala jenis teknologi yang memungkinkan pertukaran informasi antara individu atau kelompok secara efisien. mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari teknologi sederhana seperti surat pos dan telepon, hingga teknologi yang lebih canggih seperti internet, telekonferensi, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Muhammad Anshar (2022:184)

Teknologi komunikasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim dan menerima informasi serta memfasilitasi komunikasi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Mulyadi dkk. (2023:9)

2. Teknologi informasi

Pengertian teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengelolaan data menjadi informasi dan proses penyaluran data atau informasi tersebut dalam batas ruang dan waktu. Rintho (2018:3)

Teknologi informasi merupakan komputer dan perangkat elektronik lainnya yang digunakan untuk menyimpan, mengambil, mentransmisikan dan memanipulasi data. Romney & Steinbart (2016:4)

Teknologi informasi mencakup semua teknologi yang digunakan untuk mengelola dan memproses informasi, termasuk perangkat keras, perangkat lunak, dan sistem jaringan. Laudon (2018:10)

Teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua jenis teknologi yang saling terkait dan berperan penting dalam kehidupan modern. Teknologi Informasi berfokus pada pengolahan dan pengelolaan informasi, sementara Teknologi Komunikasi memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi. Pemahaman yang baik tentang kedua jenis teknologi ini penting untuk memahami bagaimana teknologi membentuk cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi dengan dunia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono dalam Sulistyaningsih & Rakhmawati (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan dalam meneliti objek secara alamiah, dimana penulis sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan triangulasi, analisis data bersifat induktif serta hasil yang lebih

menekankan makna daripada meningkatkan kenyamanan, rasa dihargai, generalisasi. peneliti memilih objek dan loyalitas audiens terhadap kegiatan penelitian yaitu pada akun Instagram masjid Ad-Da'wah melalui media sosial.

@hipmaaddawah. Karena berjumlah 166 *follower* per Juli 2025. Populasi ini dipilih karena langsung dari konten media sosial yang dibuat oleh HIPMA.

Hasil dan Pembahasan

Dalam mengatasi sebuah hambatan yang muncul dalam penggunaan konten media sosial pada Instagram HIPMA, ternyata ada beberapa Solusi yang dapat dilaksanakan yaitu :

1. Mengunggah testimoni masyarakat dalam bentuk visual yang menarik, seperti desain grafis yang memadukan kutipan ulasan dengan foto atau video singkat pengalaman mereka, serta menyajikannya melalui konten storytelling dari pengalaman masyarakat yang unik dan menyenangkan, dapat menciptakan kesan yang lebih autentik, memperkuat citra positif masjid Ad-Da'wah, dan membangun koneksi emosional yang lebih kuat dengan audiens di media sosial.
2. Membangun hubungan jangka panjang dengan audiens, seperti dengan mengingat mereka yang sering berinteraksi dan memberikan perhatian khusus, serta menyapa secara personal dengan menyebut nama atau menyesuaikan balasan sesuai kebutuhan mereka, dapat

Meningkatkan kreatifitas dalam membuat konten yang lebih interaktif sehingga dapat meningkatkan jumlah Follower Instagram @hipmaaddawah.

Penutup

Penggunaan media sosial sebagai media informasi dan publikasi kegiatan terbukti efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Media sosial memungkinkan informasi kegiatan disebarkan kepada masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu, sekaligus meningkatkan partisipasi serta keterlibatan audiens melalui fitur komentar, berbagi, dan umpan balik langsung. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana yang efisien dan hemat biaya untuk membangun citra positif serta mendokumentasikan berbagai kegiatan di Masjid Ad-Da'wah.

Namun, pemanfaatan media sosial harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab. Pengelola perlu memastikan keakuratan informasi, menjaga etika komunikasi, serta memperhatikan dampak positif dan negatif yang mungkin timbul. Dengan pengelolaan yang baik

dan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat sebagai media informasi dan publikasi kegiatan, baik di lingkungan pendidikan, organisasi, maupun masyarakat umum.

Daftar Pustaka

- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung. Halaman 142.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2).
- Ahmad yani. (2019) Panduan Memakmur Masjid, (jakarta: LPPD Khaira Ummah, cetakan kesembilan), Suhairi, Umar, Pendidikan Masyarakat Berbasis Masjid, (Sleman: CV BUDI UTAMA)
- hestanto. (2024, May 17). *Mengenal Apa itu Teknologi Digital Menurut para Ahli*. Retrieved from hestanto personal website: <https://www.hestanto.web.id/mengenal-apa-itu-teknologi-digital-menurut-para-ahli/>
- Hidayat, M. A. (2021). *Transformasi Media dalam Era Digital*. hal.18
- Kasali, R. (2017). *Disruption: Menghadapi Lawan-Lawan Tak Kelihatan dalam Perang Inovasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm. 22–25.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Halaman 338.
- Laudon, K. C., and Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*.
- Malik, H., Iqbal, A., Joshi, P., Agrawal, S., & Bakhsh, F. I. (Eds.). (2021). *Metaheuristic and evolutionary computation: algorithms and applications* (Vol. 916). Singapore: Springer.
- Mulyadi, A. dkk. 2023. *Perkembangan teknologi komunikasi di pemerintahan*. CV. Alfabeta.1-9.Available online at <https://l1nk.dev/CBWhk> (diakses April 2025)
- Muqsith, M. A. (2021). *Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital*. 'Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan, 5(2), 33–40.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Kencana. Halaman 11.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Kencana, hlm. 93, 19-25
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. J. (2017). Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention. *Telematics and Informatics*, 34(1), 412-424.

- Pratiwi, N., & Kuraesin, A. D. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Pada PT Reka Graha Semesta. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 1091-1096.
- Rahardjo, B. (2018). *Keamanan Informasi di Era Digital*. Bandung: Informatika, hlm. 65–67.
- Rippa, P., & Secundo, G. (2019). Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 900-911.
- Saleem, H., & Hawkins, D. (2021). Employee-generated content and its impact on consumer perceptions of brand citizenship behavior and expertise. *Journal of Product & Brand Management*, 30(4), 580–594.
<https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2020-2908>
- Sari, R. A. (2016). *Peran Media Sosial dalam Masyarakat Modern*. hal.12
- Setiawan, D. (2018). Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya. *JURNAL SIMBOLIKA* *Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 62-72.
- Solomon, M. R., & Tuten, T. L. (2017). Social media marketing. *Social Media Marketing*, 1-448.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (Halaman 117-118)
- Syahputra, D. S. (2024). Penggunaan teknologi komunikasi dalam mempertahankan dan memperdalam hubungan interpersonal pada era digital. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(2), 183–193.
- Syamsuddin, M. (2022). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen*. Universitas Muhammadiyah Malang. Halaman 10.
- Wahyuni, I., Effendy, M., & Ariyanty, G. (2021). Pendampingan Sistem Informasi Akuntansi Pengadaan Barang Pada PT Jetcoms Netindo. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 185-190.
- Wibowo, D. S. (2018). *Dampak Teknologi Informasi terhadap Komunikasi Sosial*. hal. 20