

PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PONDOK PESANTREN SABILILLAH SURABAYA

Muhammad Rizal Fanani¹, Tri Cahyo Kusumandyoko²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: muhammadrizal.20038@mhs.unesa.ac.id

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: tricahyo@unesa.ac.id

Abstrak

Pesantren menjadi lembaga pendidikan tertua dengan sejarah panjang yang dikenal oleh masyarakat. Masyarakat menilai pesantren menjadi lembaga yang hanya memfokuskan pada mengkaji kitab dan Al-Qur'an serta memandang jauh akan teknologi dan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pentingnya dalam setiap lembaga dalam menerapkan media promosi dan strategi dalam mengembangkan sosial media. Saat ini instagram menjadi platform media sosial yang banyak digunakan dalam promosi lembaga, termasuk Pondok Pesantren Sabilillah Surabaya. Namun, konten yang saat ini disajikan kurang informatif dengan tampilan visual yang inkonsisten, sehingga dilakukannya pengembangan konten instagram Pondok Pesantren Sabilillah melalui konten dengan visual yang informatif serta sesuai dengan audiens yang ditargetkan. Penelitian ini merupakan penelitian *Research and Development (R&D)* dengan metode *ADDIE Model*. Proses pengembangan konten ini diawali mengumpulkan data primer dan sekunder melalui wawancara dan observasi. Desain dibuat dengan konsep minimalis interaktif dengan pemilihan warna hijau sebagai representasi visi misi lembaga dan menggunakan font *Raleway*. Pengembangan ini menghasilkan konten instagram berupa *feed*, *reels*, *story*. Berdasarkan hasil uji coba terbatas kepada audiens, konten yang telah dikembangkan memiliki visual yang informatif dalam meningkatkan visibilitas dan *engagement* Pondok Pesantren Sabilillah dengan pendekatan yang terstruktur dan sistematis dalam mengoptimalkan promosi melalui media sosial instagram.

Keywords: Pondok Pesantren Sabilillah, Instagram, Promosi

Abstract

Islamic boarding schools are among the oldest educational institutions with a long history known to the public. The public often perceives Islamic boarding schools as institutions solely focused on studying religious texts and the Quran, neglecting technology and contemporary developments. Therefore, it is crucial for these institutions to implement promotional media and strategies for social media development. Currently, Instagram is a widely used social media platform for promoting institutions, including the Sabilillah Islamic Boarding School in Surabaya. However, the current content lacks informativeness and visual consistency, prompting the development of more informative visual content tailored to the target audience. This research is of the Research and Development (R&D) type, utilizing the ADDIE Model method. The content development process begins with the collection of primary and secondary data through interviews and observations. The design was created with an interactive minimalist concept, featuring the color green to represent the institution's vision and mission, and utilizing the Raleway font. This development results in Instagram content in the form of feeds, reels, and stories. Based on the results of limited trials with audiences, the developed content features informative visuals that enhance the visibility and engagement of the Sabilillah Islamic Boarding School through a structured and systematic approach to optimizing promotions via Instagram.

Keywords: Pondok Pesantren Sabilillah, Instagram, Promotion

PENDAHULUAN

Sebuah lembaga dikenal oleh masyarakat melalui proses terkait. Proses dalam menjangkau masyarakat luas membutuhkan media promosi yang menarik agar dapat diakses masyarakat luas. Salah satu lembaga pendidikan Islam yang dikenal oleh masyarakat dengan sejarah panjang menjadi lembaga pendidikan tertua di Indonesia yakni Pesantren. Pesantren muncul sekitar 300-400 tahun lalu dengan menjangkau umat muslim menjadi pelopor lembaga pendidikan Islam Indonesia (Syafe'i, 2017).

Sebelumnya masyarakat menilai pesantren menjadi lembaga yang hanya memfokuskan pada mengkaji kitab dan Al-Qur'an serta memandang jauh akan teknologi dan perkembangan zaman. Untuk merespon perkembangan zaman, Pondok Pesantren juga perlu menyampaikan eksistensi dan juga promosi kepada masyarakat luar seperti calon santri, alumni, ataupun masyarakat luar. Saat ini pesantren harus bisa beradaptasi melalui media digital, tidak hanya menjadikan sebagai ajang promosi pesantren saja, melainkan lebih dari itu, menjadi wasilah (perantara) dalam mentransformasikan keilmuan, tradisi maupun nilai pesantren dalam pemberdayaan masyarakat, serta *up to date* dalam menerima informasi, sehingga pengelolaan media sosial sesuai dengan target audiens sebagai media dakwah dan promosi yang tepat dan efisien.

Instagram menjadi platform media sosial yang banyak digunakan dalam promosi lembaga, dengan kemudahan mempromosikan diri pengguna serta membangun *brand image* dari sebuah lembaga, termasuk Pondok Pesantren Sabilillah. Pondok yang terletak di Lidah Wetan Surabaya ini telah memiliki media sosial Instagram, namun masih ditemukan beberapa konten yang perlu dioptimalkan dan pembaruan mengenai inovasi, arah, tujuan dan timing yang jelas dalam tiap kontennya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan permasalahan tentang bagaimana konsep dan proses pengembangan konten Instagram sebagai media promosi Pondok Pesantren Sabilillah yang menarik dan informatif, bagaimana hasil dan efektivitas media promosi Pondok Pesantren Sabilillah setelah dilakukannya pengembangan. Maka dapat diketahui tujuan pengembangan

tersebut untuk mendeskripsikan rancangan dan proses pengembangan konten Instagram Pondok Pesantren Sabilillah yang diwujudkan sebagai media promosi yang informatif, mendeskripsikan hasil publikasi dan melakukan evaluasi melalui sudut pandang kelayakan dan efektivitas pengembangan konten Instagram sebagai media promosi Pondok Pesantren Sabilillah. Pengembangan tersebut memiliki manfaat yang dapat digunakan sebagai media promosi Pondok Pesantren Sabilillah dalam jangka panjang melalui *social media guideline* yang berkelanjutan.

Batasan masalah dalam pengembangan konten Instagram ini melalui penerapan visual yang sesuai dengan tujuan promosi dan target audiens melalui konten yang dikembangkan, hasil dari perencanaan strategi sosial media ini melalui proses evaluasi dari sudut pandang kelayakan serta efektivitas sebagai media promosi.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Pengembangan Konten Instagram sebagai Media Promosi Pondok Pesantren Sabilillah menggunakan metode *Research and Development (R&D)* atau penelitian dan pengembangan. Metode penelitian ini digunakan untuk menghasilkan produk baru yang dilengkapi dengan uji coba di lapangan untuk melihat keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2013)

Alur metode pengembangan yang akan digunakan pada penelitian ini menggunakan ADDIE Model dari *Instructional Design: The ADDIE Approach* oleh Robert Maribe Branch. Tahapan dalam pengembangan tersebut terdiri dari *Analysis, Design, Development, Implement* dan *Evaluation*.

Analysis dalam pengembangan ini mencakup analisis kondisi lapangan melalui observasi dan wawancara kepada pihak pengurus pesantren, analisis kebutuhan bertujuan dalam menganalisis kebutuhan dalam tujuan promosi yang dilakukan serta membahas visi misi dari lembaga tersebut, analisis audiens untuk memahami karakteristik audiens yang ditargetkan dengan mencakup segmentasi pasar, analisis demografi, dan psikografi, dengan target primer yaitu Mahasiswa UNESA dan target sekunder yaitu mahasiswa bertempat tinggal di Surabaya dengan kesamaan rentang usia 18-22 tahun.

Design tahap ini meliputi penetapan tujuan konten tersebut dibuat, perencanaan konten yang meliputi *storyboard* dan perencanaan kalender konten yang dipublikasikan, serta visualisasi desain yang melibatkan pemilihan warna, tipografi dan gaya desain yang sesuai dengan branding pesantren tersebut.

Development pada tahap ini berfokus pada produksi dan penyempurnaan konten yang telah direncanakan dalam tahap desain sebelumnya serta hasil akhir dari tahap ini melalui validasi ahli materi dan media untuk siap dipublikasikan

Implement tahap ini memastikan bahwa audiens target dapat mengakses konten yang telah direncanakan. Setelah dipublikasikan melalui sosial media kepada khalayak umum, dilakukan uji coba kepada kelompok kecil audiens yang representatif untuk mengetahui seberapa efektif konten tersebut.

Evaluation dalam tahap terakhir ini melalui evaluasi formatif untuk mengumpulkan umpan balik dari proses pengembangan dan implementasi sebelumnya, evaluasi sumatif untuk mengetahui seberapa efektif promosi secara keseluruhan dan evaluasi tindak lanjut untuk memastikan bahwa hasil yang diinginkan telah dicapai dan menemukan kebutuhan atau perbaikan tambahan.

Objek penelitian membahas bagaimana instagram menjadi platform media promosi untuk calon santri baru yang akan mendaftar pada lembaga tersebut sekaligus bisa menjadi dakwah pesantren yang dikembangkan. Subjek penelitian ini yaitu Pondok Pesantren Sabilillah yang bertempat di Lidah Wetan, Surabaya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara dan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan Miles and Huberman (1992) berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini juga, reduksi data dilakukan dengan perhitungan skala likert pada hasil validator ahli materi, ahli media dan kuesioner yang diperoleh.

KERANGKA TEORETIK

Instagram sebagai Platform Promosi Digital

Darmayanti (2018) menjelaskan bahwa instagram menjadi media sosial yang digunakan sebagai media promosi dalam sebuah produk maupun jasa. Dikutip dari data Napoleon Cat

bahwa terdapat 90,18 juta pengguna instagram di Indonesia sampai Mei 2024, apabila dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya, jumlah pengguna instagram di Indonesia meningkat 3,15% (DataIndonesia, 2023). Hal tersebut menjadikan pemanfaatan platform Instagram saat ini banyak digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan produk maupun jasanya.

Penggunaan Instagram sebagai media promosi terbilang sangat mudah, dengan basis pengguna yang luas dan beragam, interaksi tinggi dengan pengguna dan algoritma yang mendukung dalam hal konten kreatif. Instagram memberikan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh platform media sosial lainnya. Seiring berkembangnya waktu serta peningkatan kualitasnya sebagai media promosi, Instagram kini memiliki banyak fitur pendukung promosi, seperti *Instagram Story*, *Instagram Live*, *IGTV*, *Instagram Ads* dan *Instagram Reels*.

Layout dalam Perancangan Konten Instagram

Menurut Ambrose & Harris (2005) layout merupakan pengaturan elemen desain yang memiliki keterkaitan dalam suatu bidang dengan tujuan menciptakan susunan yang estetik yang bisa disebut pengelolaan bentuk dan bidang. Rustan (2008) menjelaskan layout merupakan susunan tata letak dimana komponennya disusun menjadi sebuah desain terhadap media tertentu untuk mendukung dan memperkuat konsep yang disampaikan. Implementasi layout digunakan pada beberapa media seperti majalah, website, iklan televisi dan beberapa media lainnya.

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:75) menjelaskan ada beberapa prinsip yang diterapkan dalam membuat layout dalam desain, antara lain: *Sequence*, *Emphasis*, *Balance* dan *Unity*. *Sequence*, merupakan rangkaian perhatian dalam menyusun tata letak yang ditandai ketika alur pandangan mata melihat layout. *Emphasis*, merupakan penekanan pada beberapa bagian tertentu agar pembaca terarah dalam membaca dari bagian terpenting. *Balance*, penggunaan layout dengan memerhatikan tiap sisinya dalam menciptakan keseimbangan pada sebuah desain. *Unity*, menggunakan prinsip kesatuan dan keselarasan, memiliki hubungan satu sama lain dan tersusun dengan harmonis serta seimbang pada desain yang dibuat.

Implementasi Warna pada Konten Instagram

Menurut Sanyoto (dalam Permadi, 2017) menjelaskan warna merupakan elemen penting dalam desain yang menarik perhatian, meningkatkan selera, memperindah nilai estetika, menggambarkan citra sebuah merek. Peranan warna bisa memberikan kesan berbeda dalam suatu desain. Menurut Gothe & Itten dalam (Sasongko, 2020) dalam sudut pandang psikologis, warna dapat mempengaruhi manusia, karena dalam faktor psikologis penggunaan warna sangat diperhatikan. Warna tidak hanya menimbulkan sensasi, namun menimbulkan kesenangan maupun justru bisa memberikan ketidaknyamanan, karena setiap warna bisa menimbulkan respon psikologis yang berbeda pada tiap warna.

Tipografi dalam Konten Instagram

Tipografi merupakan cara visual dalam menyampaikan komunikasi lisan dalam menyampaikan komponen visual yang penting dan efektif. Menurut Sihombing (2015), tipografi memiliki nilai fungsi dan keindahan yang diwakili melalui peran huruf yang disampaikan dalam tanda atau simbolisasi secara tersirat. Tipografi berperan sebagai ilmu atau strategi yang mempelajari bagaimana layout, bentuk, ukuran, dan sifat yang digunakan dalam tujuan tertentu dan estetika. Menurut J. Ben Lierman pada bukunya berjudul *Types of Typeface* (1967) dalam (Anggraini & Nathalia, 2014) mengatakan bahwa ada dua hal yang penting dalam kesuksesan sebuah desain dengan penggunaan tipografi yaitu *Legibility* dan *Readability*

Pondok Pesantren Sabilillah

Pondok Pesantren Sabilillah Surabaya merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berlokasi di Jalan Lidah Wetan Gg. V No. 17a Lakarsantri Surabaya yang didirikan sejak 29 Juni 2001 dengan tujuan dalam menyediakan pendidikan agama yang komprehensif sekaligus membekali santri dengan ilmu pengetahuan agama disamping kegiatan perkuliahannya. Pondok ini termasuk dalam kategori pondok mahasiswa, jadi santri pondok disini tidak secara *pure* mencari ilmu agama saja, melainkan mereka juga menjadi mahasiswa dan membagi waktunya dengan kegiatan perkuliahan.

Pondok dengan motto “*Memasyarakatkan santri, menyantrikan masyarakat*” ini mengajarkan kepada santrinya untuk lebih dekat dan menerapkan ilmunya untuk kebutuhan masyarakat kedepannya, serta berdirinya pondok ini memfasilitasi santrinya agar terus bisa istiqomah dalam hal rohaninya, terutama untuk kalangan Mahasiswa yang sedang menempuh perkuliahan agar bisa seimbang antara dunia akhiratnya, serta senantiasa menjaga dan mengamalkan untuk menjadi sebuah kebiasaan para santri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analysis

Pada tahap pertama ini peneliti mengumpulkan semua data untuk dianalisis melalui wawancara dan observasi mengenai strategi promosi yang saat ini dilakukan, nantinya hasil tersebut akan digunakan sebagai strategi pengembangan pada tahapan selanjutnya.

Analisis kondisi lapangan, analisis ini dilakukan untuk mengetahui informasi dan memperjelas dari permasalahan yang terjadi dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data dari observasi tidak terstruktur yang telah dilakukan oleh peneliti selama lebih dari 12 bulan sejak peneliti menjadi santri pada lembaga tersebut. Selama kegiatan pondok berjalan, peneliti mendapati bahwa fokus santri hanya pada kegiatan akademik perkuliahan, dengan hasil konten di setiap kegiatan dibuat oleh orang yang berbeda, dimana hal tersebut membuat lembaga sulit dikenal oleh *audience* dengan gaya desain yang berbeda di setiap kegiatannya. Namun, beberapa hasil konten yang telah dibuat, memiliki jangkauan audiens yang tinggi hingga ribuan *viewers*. Oleh karena itu, masih ada potensi media dari Pondok Pesantren Sabilillah ini masih bisa untuk terus dikembangkan.

Analisis kebutuhan, Analisis ini dilakukan untuk mencari alternatif dari permasalahan sebelumnya. Wawancara dilakukan kepada salah satu pengurus yaitu Rif'an Hadziq dalam menggali lebih banyak mengenai informasi tentang pondok pesantren sebelumnya. Hasil dari wawancara tersebut mengulas mengenai awal mula berdirinya lembaga, visi misi serta mengulas mengenai pengelolaan media sosial instagram yang telah dilakukan saat ini.



Gambar 1. Akun instagram Pondok Pesantren Sabilillah (Sumber: [instagram.com/ponpessabilillah](https://www.instagram.com/ponpessabilillah))

Meninjau dari tampilan feed Instagram Pondok Pesantren Sabilillah tersebut, dapat dilihat permasalahan yaitu inkonsistensi dalam identitas visual yang ditampilkan serta belum memiliki *guideline* yang seharusnya diterapkan. Selain itu, isi materi konten yang dibuat kurang informatif dalam menyampaikan pesan dakwah pesantren, promosi maupun informasi lainnya. Untuk merealisasikan dari hasil analisis tersebut, perlunya pengembangan dalam tampilan desain yang konsisten, berupa *template* maupun *design guideline* yang bisa dipakai oleh pengurus sehingga memudahkan dalam pembuatan konten dalam meningkatkan promosi serta dakwah Pondok Pesantren Sabilillah di media sosial instagram.

Analisis audiens, analisis ini dilakukan untuk memahami karakteristik audiens yang ditargetkan. Dalam proses ini, metode yang digunakan mencakup segmentasi pasar, analisis demografi, dan psikografi. Sebelumnya peneliti telah melihat *top age ranges* yang didapatkan pada fitur *instagram insight* akun lembaga, dengan rata-rata usia audiens 18-24 tahun dengan sebagian besar berlokasi di Surabaya, sesuai dengan target yang akan dituju yaitu Mahasiswa UNESA sebagai target audiens primer dan Mahasiswa di Surabaya yang menjadi target audiens sekunder pengembangan ini.

Design

Penetapan tujuan konten, pengembangan dibuat untuk mempromosikan Pondok Pesantren Sabilillah agar lebih informatif dari segi konten yang dibuat. Media yang digunakan yaitu instagram karena jangkauan yang luas dengan

kemudahan audiens dalam menggunakan dan beberapa fitur yang mendukung dalam proses promosi lembaga. Jenis konten yang dibuat merupakan jenis konten berupa *feed*, *story* dan *reels* yang nantinya akan membahas mengenai pendaftaran santri baru, dakwah pesantren, dan beberapa konten untuk menunjang promosi lembaga lainnya.

Perencanaan konten, pada tahap ini, dilakukan pemetaan jenis konten yang akan dibuat sebagai media promosi Pondok Pesantren Sabilillah. Jenis konten yang dibuat mengenai seputar informasi mengenai pendaftaran santri baru, wawasan mengenai pondok pesantren dan dakwah pesantren. Selain itu, jenis konten yang dibuat memiliki sifat persuasif melalui pesan yang akan disampaikan dengan menyesuaikan perencanaan kalender konten untuk memastikan konten konsisten dan terjadwal dengan baik.

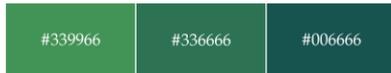
Visualisasi desain, pada pengembangan ini peneliti menggunakan konsep desain minimalis dengan elemen visual yang tidak terlalu dominan sehingga fokus dalam pembuatan desainnya yakni lebih menonjolkan pada informasi yang dibuat sebagai highlight utama. Selain itu penggunaan desain yang minimalis juga mendukung dalam pembuatan konten setiap harinya, sehingga konten bisa diproduksi secara mudah dan cepat. Dalam penelitian ini, visualisasi desain dalam penggunaan konsep, menjadi elemen penting karena konsep visual berperan penting pada warna, tipografi, foto pendukung dan elemen visual yang akan diterapkan.

1. Warna

Pemilihan warna yang digunakan dalam pengembangan ini memakai warna hijau muda yang diambil dari turunan warna hijau dari identitas logo Pondok Pesantren Sabilillah. Selain itu pemilihan warna hijau dipilih untuk menunjukkan kesan lembaga yang lebih profesional dan lebih menunjukkan sebagai lembaga pesantren yang menjadi berfokus pada lembaga pesantren yang bernaungan Nahdlatul Ulama. Warna hijau tersebut dikombinasikan dengan warna putih guna mendapatkan kontras warna yang cocok dan pas dengan informasi yang akan ditonjolkan agar tidak monoton dan seimbang dalam tampilan feed yang akan ditampilkan.



Gambar 2. Logo Pondok Pesantren Sabilillah
(Sumber: Pondok Pesantren Sabilillah)



Gambar 3. Palette Warna untuk Desain
(Ilustrasi oleh: Fanani, 2024)

2. Tipografi

Tipografi yang akan diimplementasikan dalam pengembangan desain konten instagram Pondok Pesantren Sabilillah ini menggunakan jenis sans-serif dengan *typeface* Raleway.



Gambar 4. Font Raleway
(Sumber: Google Fonts)

Raleway dipilih karena karakteristik *typeface* yang modern dan elegan. Memiliki struktur geometris yang seimbang dan tingkat keterbacaan yang baik, sehingga relevan dengan konsep desain feed yang akan dibuat. Pemilihan *typeface* Raleway ini dipilih karena memiliki 18 *style*, yang nantinya digunakan dengan ketebalan yang beragam sehingga konsisten jika dikombinasikan.

3. Foto atau Gambar pendukung

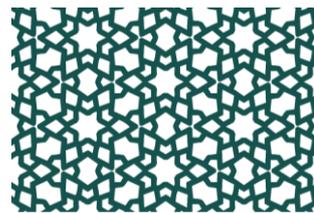
Dalam pengembangan konten instagram ini, foto atau gambar yang ditampilkan adalah foto hasil dokumentasi kegiatan lembaga. Sebagai lembaga pendidikan islam, beberapa kegiatan harian pesantren perlu ditampilkan sebagai *branding* lembaga yang bergerak pada dunia pesantren. Foto kegiatan yang ditampilkan berupa kegiatan harian santri maupun foto kegiatan yang diadakan.



Gambar 5. Foto Pendukung kegiatan santri
(Sumber: Fanani, 2024)

4. Elemen visual

Elemen visual digunakan dalam pengembangan ini dengan menampilkan identitas yang relevan terhadap lembaga Pondok Pesantren Sabilillah dengan menampilkan identitas khas dari lembaga tersebut. Selain itu, elemen visual memiliki fungsi dalam memberikan identitas pembeda dari lembaga lain, sehingga memiliki ciri khas desain bisa dibedakan dengan lembaga lain. Dalam penggunaan elemen visual yang ditampilkan dalam pengembangan ini merupakan elemen *Arabesque Ornament*, elemen ini dipilih karena elemen tersebut menjadi gaya ornamen arsitektur kesenian islam dengan pola geometri. Elemen visual ini tidak hanya sebagai dekorasi, namun memiliki makna simbolis dan filosofis dalam kebudayaan islam, seperti representasi ketidakterbatasan alam semesta dan kebesaran Sang Pencipta. Penggunaan elemen visual ini menciptakan estetika yang indah dengan sarat makna dalam karya seni dan arsitektur Islam. Melalui penerapan pada pengembangan ini, elemen visual tersebut dibuat transparan keatas dan kebawah yang menyatu dengan *background* dengan halus untuk menciptakan kesan minimalis.



Gambar 6. Elemen Visual Arabesque Ornament
(Sumber: Freepik)

Development

a) Strategi visual

Dalam pengembangan konten instagram Pondok Pesantren Sabilillah ini, strategi visual yang digunakan dengan menyatukan komponen visual dari visualisasi desain dalam satu konsep desain yang dibuat melalui aplikasi Adobe Photoshop, kemudian akan dilanjutkan pengeditan melalui Adobe Illustrator untuk disatukan dengan elemen visual dan teks dengan penggunaan teknik vektor. Pemilihan teknik vektor ini digunakan untuk menghasilkan desain yang minimalis namun tetap kuat dalam menyampaikan pesan. Dengan pendekatan ini, setiap konten yang dihasilkan mampu menyampaikan pesan secara efektif melalui gambar dan elemen visual yang telah dipilih dan digunakan.

b) Konsep media

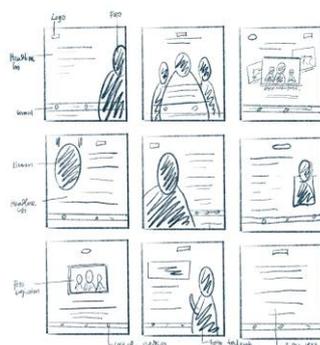
Dalam pengembangan ini, fokus media yang dipilih adalah *feed instagram*. Media tersebut dipilih sebagai media utama karena fitur tersebut menjadi platform ideal dalam menyampaikan informasi dan promosi dalam bentuk desain grafis. Selain itu, melalui fitur tersebut membantu audience dalam memperoleh informasi lebih mudah melalui format ukuran 1:1 dengan tujuan dapat memuat informasi, teks dan elemen visual yang lebih luas dan jelas.

Selain itu, media utama lain yang digunakan yaitu *instagram story*. Media ini dipilih karena memiliki banyak fitur yang mendukung interaksi mengenai akun yang dikelola dengan audience seperti *Instagram Question*, *Instagram Polling*, *Instagram Add Yours* dan beberapa fitur lainnya. Media *instagram story* ini nantinya akan menggunakan rasio 9:16 untuk membantu audience fokus melalui konten yang ditampilkan karena rasio yang digunakan dapat memenuhi layar *handphone audience*.

Media pendukung lain yang digunakan yaitu *Reels* dan *Cover Highlight*. Media *Reels* ini dipilih karena tingkat algoritma yang lebih luas, dan *cover Highlight* untuk menampilkan visual yang bagus ketika audience mengunjungi profil *instagram* lembaga.

c) Penjaringan Ide Desain

Tahap ini membantu peneliti dalam pembuatan *thumbnail*. *Thumbnail* dibuat secara manual menggunakan pensil dan kertas untuk membuat beberapa alternatif desain yang sebelumnya didiskusikan dengan tim Media Pondok Pesantren Sabilillah sehingga sketsa yang dibuat konsisten dan sesuai citra visual yang akan ditampilkan pada media *Instagram*.



Gambar 7. Proses *Thumbnail* (Sumber: Fanani, 2024)

Thumbnail yang dibuat menggabungkan beberapa elemen penting dalam menciptakan tampilan yang informatif, meliputi kombinasi layout antara teks utama (*headline*), elemen visual dan foto pendukung dengan menampilkan media sosial melalui ikon pada *layout* bagian bawah pada setiap postingan. *Headline* ditempatkan dengan jelas serta mencolok untuk menarik perhatian audiens, memberikan gambaran singkat tentang konten yang ditawarkan, sedangkan elemen visual digunakan untuk menambah daya tarik dan memperkuat pesan teks utama (*headline*), sementara foto pendukung akan dipilih untuk memberikan konteks visual yang relevan. Dengan penjaringan ide desain yang baik, menghasilkan konten yang lebih informatif dan mudah dipahami oleh audiens.

d) Pengembangan Visual

Pada tahap ini, pengembangan visual desain konten *instagram* ini berupa *thumbnail* yang telah diseleksi dan dilanjutkan melalui tahap *tight tissue* berupa rancangan desain dalam bentuk digital. Selanjutnya akan dilanjutkan dengan digitalisasi menggunakan *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*. Pada tahap ini akan dibuat dengan 2 opsi desain dengan kombinasi warna yang berbeda dan dipilih salah satu *tight tissue* yang akan dijadikan sebagai *final design* dari pemilihan desain yang dipilih. Pilihan ini menjadi representasi visual akhir dari konten *instagram* yang akan dipublikasikan, memastikan bahwa desain yang dipilih memiliki kualitas terbaik dalam menarik perhatian audiens secara efektif.



Gambar 8. *Tight Tissue* desain *feed* alternatif 1 (Sumber: Fanani, 2024)



Gambar 9. *Tight Tissue* desain feed alternatif 2 (Sumber: Fanani, 2024)

e) *Final Design*

Setelah melalui *tight tissue*, diperoleh hasil desain yang telah didiskusikan dengan segenap pengurus. Berdasarkan hasil diskusi tersebut, diputuskan bahwa desain *tight tissue* alternatif 2 dipilih, keputusan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan utama, yaitu keselarasan desain dengan konsep lembaga, kemampuan visual untuk menyampaikan informasi secara jelas dan efektif, serta kesesuaian desain dengan preferensi dan karakteristik target *audience*. Dengan demikian, desain alternatif 2 akan diimplementasikan sebagai *final design*, memastikan bahwa semua elemen visual terpadu dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi lembaga.



PSB 2024 Ngaos Subuh Hari Santri Kegiatan Harian Dawuh Kyai



Gambar 10. *Final Instagram Design* (Sumber: Fanani, 2024)

Hasil final desain dapat diakses melalui akun instagram lembaga @ponpessabilillah dan hasil *design guideline* pengembangan bisa diakses melalui *qr-code* berikut:



Gambar 11. *Design Guideline* hasil Pengembangan (Sumber: Fanani, 2024)

f) *Validasi ahli*

Tahap ini dilakukan melalui penilaian lembar validasi yang diisi oleh validator yang berkompeten dalam bidangnya, melalui indikator yang telah ditetapkan dan diukur melalui skala likert. Dalam pengembangan ini, peneliti telah

melaksanakan validasi materi dan validasi media. Validasi materi memastikan bahwa konten yang disajikan akurat, relevan pada informasi yang disampaikan, sedangkan validasi media bertujuan dalam menilai efektivitas dan kualitas visual dengan memastikan penyampaian informasi dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

Tabel 2. Hasil Validasi Materi

Aspek penilaian	Skor
Kesesuaian sajian informasi	4
Kelengkapan sajian informasi	4
Informasi mudah dipahami	5
Bahasa mudah dipahami	5
Kesesuaian sajian terkait lembaga	5
Kelengkapan sajian terkait lembaga	4
Total	27

$$p = \frac{27}{30} \times 100\%$$

$$p = 90\%$$

Uji validasi materi dilakukan oleh bapak M. Bambang Edi Siswanto, S.Pd., M.Pd. selaku ahli materi yang memiliki ahli bidang pada bidang dakwah pesantren dan menjadi dosen PGSD UNESA. Uji validasi materi ini mendapatkan hasil persentase 90% sehingga materi yang digunakan dapat dikategorikan “Valid” dengan tambahan saran dan masukan didalamnya.

Tabel 3. Hasil Validasi Media

Aspek penilaian	Skor
Penempatan layout	14
Pemilihan tipografi	14
Komposisi warna	15
Penggunaan media	9
Total	52

$$p = \frac{52}{55} \times 100\%$$

$$p = 94,5\%$$

Selanjutnya uji validasi media dilakukan oleh Itmamatul Aghnia, S.Ds. selaku ahli media yang memiliki pengalaman lebih pada bidang humas dan media kepesantrenan. Berdasarkan perhitungan hasil uji validasi media diperoleh persentase mencapai 94,5% sehingga media yang digunakan dapat dikategorikan “Valid” yang mencakup penilaian dari penempatan layout, pemilihan

tipografi, komposisi warna serta penggunaan elemen visual dan media yang digunakan pada pengembangan dengan masukan saran (*feedback*) didalamnya.

Implement

Pada tahap ini konten siap dipublikasikan. Publikasi konten bertujuan untuk memastikan bahwa audiens target dapat mengakses konten yang telah direncanakan. Melalui tahap ini konten dipublikasikan melalui instagram dengan jadwal posting sesuai jadwal tujuan konten dan konsep tersebut dibuat. Pada tahap implementasi ini juga dilakukan uji coba terbatas kepada 40 santri Pondok Pesantren Sabilillah dan Mahasiswa UNESA. Uji coba ini bertujuan untuk melihat pengaruh hasil konten instagram yang dibuat terhadap penyampaian informasi.

Uji coba ini dilakukan melalui kuesioner menggunakan *Google Form* yang dibagikan secara online kepada responden dengan mempertimbangkan aspek target audiens yang digunakan, yaitu mahasiswa UNESA dan santri lembaga tersebut yang berusia 18-24 tahun. Kuesioner ini dibuat dengan skala linear 1-5 dengan menampilkan pertanyaan meliputi konten sebelum pengembangan dan setelah pengembangan, kesesuaian dengan identitas sebagai lembaga pendidikan islam, interaktivitas dan tingkat informatif sebuah konten

Aspek penilaian	Skor
Kesesuaian sajian informasi	92,6%
Kelengkapan sajian informasi	87,8%
Informasi mudah dipahami	88,7%
Perbaikan setelah pengembangan	91,7%
Pemilihan tipografi	88,2%
Penggunaan layout	90,2%
Konten komunikatif dari segi visual dan bahasa	95,1%
Konsistensi setelah pengembangan	90,7%
Nilai kelayakan setelah pengembangan	94,1%
Rata rata	91,01%

Berdasarkan hasil uji coba terbatas diatas, 91,01% responden sangat setuju bahwa desain konten yang dikembangkan mengalami perbaikan

secara signifikan dalam konten visual. Hal ini telah menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya lebih menarik secara estetika dan aspek visual, namun sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target audiens. Responden menunjukkan keberhasilan dalam menyampaikan pesan promosi secara efektif, sesuai dengan audiens yang dipilih. Melalui perbaikan visual selanjutnya, dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens, sehingga tujuan promosi tercapai dengan baik.

Evaluation

Evaluasi formatif, evaluasi ini telah digunakan pada tahap *development*, dimana pada tahap tersebut evaluasi bertujuan untuk memastikan konten yang telah dibuat sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Langkah tersebut sudah dilakukan peneliti melalui validasi ahli materi dan media yang dilanjutkan dengan uji coba terbatas dan mendapatkan feedback dari audiens untuk revisi konten selanjutnya

Evaluasi sumatif, evaluasi ini digunakan untuk mengetahui keefektifan promosi yang telah dilakukan, berupa pengukuran kinerja dari analisis matrik sosial media dengan *instagram insight*. Beberapa indikator utama yang dianalisis meliputi *reach*, *engagement rate*, dan *growth followers*. *Reach* mengukur sejauh mana konten dapat menjangkau audiens, sedangkan *engagement rate* mengevaluasi tingkat interaksi audiens terhadap konten, seperti *likes*, *comments*, dan *shares*. Selain itu, *growth followers* mengukur peningkatan jumlah pengikut setelah konten dikembangkan. Data ini memberikan gambaran komprehensif tentang keberhasilan strategi promosi dan dampaknya terhadap pertumbuhan dan keterlibatan audiens di Instagram.

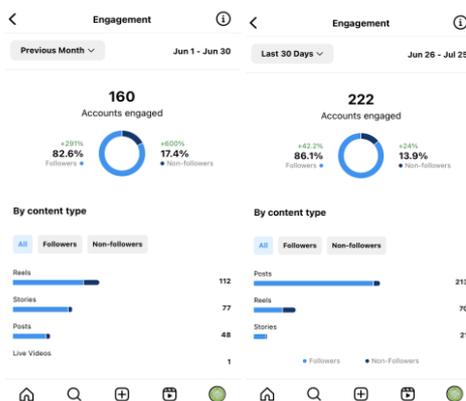


Gambar 12. Hasil *insight instagram* sebelum dan setelah pengembangan dilakukan (Sumber: Fanani, 2024)

Pada tahap evaluasi terakhir ini, proses tindak lanjut dilakukan berdasarkan hasil dari evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi tindak lanjut ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas konten dan strategi promosi untuk pengembangan selanjutnya serta monitoring berkelanjutan untuk melihat perkembangan dan dampak strategi promosi yang telah diterapkan, melalui ketiga tahapan evaluasi tersebut, Pondok Pesantren Sabilillah dapat memanfaatkan Instagram secara optimal sebagai media promosi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas pondok pesantren di kalangan audiens yang lebih luas tetapi juga berperan penting dalam menarik calon santri baru, memastikan bahwa pesan promosi disampaikan dengan cara yang paling efektif dan menarik.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan dalam mengembangkan konten instagram sebagai media promosi Pondok Pesantren Sabilillah dengan menampilkan sebuah lembaga pendidikan islam yang profesional melalui aktivasi konten instagram secara konsisten dengan tampilan visual yang informatif dan interaktif sebagai media promosi melalui pengembangan ADDIE Model. Metode ini dipilih karena memiliki strategi yang hampir sama dalam tiap tahapannya dengan *design thinking*, dimana strategi yang digunakan dengan cara pendekatan pada calon audience. Metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) ini telah terbukti efektif dalam mengembangkan konten instagram yang mampu meningkatkan visibilitas dan *engagement* Pondok Pesantren Sabilillah dengan pendekatan yang terstruktur dan sistematis dalam mengoptimalkan promosi melalui media sosial instagram.



Saran yang dapat diberikan kepada pengelola media sosial Pondok Pesantren Sabilillah adalah meningkatkan kualitas konten yang relevan dengan target audiens serta monitoring dan evaluasi berkelanjutan untuk dapat menilai perkembangan serta dampak strategi promosi yang diterapkan dengan melihat tren terbaru di media sosial untuk menarik audiens. Dengan saran tersebut, diharapkan Pondok Pesantren Sabilillah dapat memanfaatkan instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan *engagement*, visibilitas dan menarik calon santri baru Pondok Pesantren Sabilillah.

REFERENSI

- Ambrose, Gavin, Harris, & Paul. (2005). *Basic Design 02: Layout*. Worthing UK: AVA Publishing.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah Era Digital. KOMUNIKA: *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 263-281.
- Branch, R.M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer.
- Gemiharto. (2015). Teknologi 4g-Lte dan Tantangan Konvergensi Media Di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Ismah, N. (2016). *Print Media and Cultural Identity of Santri: Responses of the Pesantren's Young Leaders in Indonesia*. DINIKA: *Academic Journal of Islamic Studies*, 1(3), 243. <https://doi.org/10.22515/dinika.v1i3.73>
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN. *HUMANIORA*, Vol.2 No.2, 1084-1096.
- Murtaufiq, S. (2017). *(Tradisi) Pesantren di Mata Martivan Bruinessen*. Mozaik Islam Nusantara.
- Nasihin, H., Baroroh, A., & Ali, A. (2020). *IMPLIKASI HUKUM TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PERKEMBANGAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN ISLAM*. At Turots: *Jurnal Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.51468/jpi.v2i2.39>
- Puspayani, S., Jessica, J., & Budiarto, B. (2021). Pengaruh Konten social media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8), 4084-4092.
- Rustan, S. (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syafe'i. (2017). *Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter (Vol. 8)*. Al-Tadzkiyah J. Pendidik Islam.
- Wandari, A., Kamid, K., & Maison, M. (2018). *Pengembangan LKPD pada materi geometri berbasis budaya Jambi untuk meningkatkan kreativitas siswa*. Edumatika: *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*.
- Zainullah, & Sayyi, A. (2019). Fikrotuna. *Dinamika Pendidikan Islam Multikultural Perspektif Tradisi dan Perkembangan Pesantren di Indonesia*, vol.9 no.1, 1137-1159. doi:10.32806/jf.v9i2.3489