
IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PONDOK PESANTREN PUTRA-PUTRI ADDAINURIYAH 2 SEMARANG

Andik Prakasa Hadi¹, Faiz Abdul Rokhman²

¹STEKOM, andik@stekom.ac.id

²PONPES ADDAINURIYAH 2 Semarang, alif4eper@gmail.com

¹Jl. Majapahit 605, Semarang, telp/fax : 024-6717201-02

²Jl. Sendang Utara Raya No.38 Pedurungan Semarang, telp/fax : 024-6713076

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Mei 2020

Received in revised form 2 Juni 2020

Accepted 10 Juli 2020

Available online 17 Juli 2020

ABSTRACT

Pondok Pesantren is a non-formal institution that is engaged in religious education. Pesantren is one of the places of education and preaching that is required to be able to provide information about Islam to the wider community. Easy access to information and communication, can be used to introduce pesantren to the public. Promotion using video profiles, brochures and banners has not been able to provide as much information as possible to the public, causing the pesantren to be less well known to the public.

This research, in general, aims to promote and provide the widest possible information about Pondok Pesantren Addainuriyah 2 and its activities to the public through the website. In particular, it makes it easy for the public to access information and communicate intensively with administrators of the Addainuriyah 2 Semarang Islamic boarding school. The research method in this study is based on the suitability and type of research, using the Research and Development (R&D) method. R&D in education is often called research-based development.

As a result of this research, the implementation of the website as a media of promotion and information in the Addainuriyah 2 Semarang Islamic boarding school, can provide a lot of information to the public, and as a means of communication between the general public and administrators of Pondok Pesantren Addainuriyah 2 Semarang.

Keywords: Rapid and Development Research Method, Website, Pondok Pesantren Promotion.

1. Pendahuluan

Internet merupakan jaringan global dan sebuah web dapat menjadi media promosi yang sangat efektif serta alat bantu marketing yang tangguh, dengan melihat prospek pelanggan di seluruh dunia maupun di seluruh Indonesia. Sebuah web tidak saja menghemat waktu dan tempat, tapi juga biaya. Jika memikirkan investasi yang ditanamkan dalam membangun situs, investasi membangun situs di internet jauh lebih murah dibandingkan dengan mencetak brosur berwarna dan mengirimkan kepada konsumen dan calon pembeli via pos [1].

Pondok pesantren adalah lembaga keagamaan yang memberikan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan ilmu agama Islam [2]. Kendatipun pesantren sebagai lembaga sosial keagamaan, namun pada kenyataannya, masih dapat memainkan peranan yang sangat signifikan dalam pencapaian *education for all*, khususnya di era globalisasi ini, yang disebabkan oleh semangat pesantren dalam melakukan transformasi dan perubahan sosial [3]. Peran pesantren di era *modern*, sebagai lembaga pendidikan keagamaan Islam yang memiliki sumber daya manusia yang dalam pengelolaannya, searah dengan perkembangan zaman dituntut untuk selalu dinamis dan berkemajuan dalam IPTEK sehingga pesantren juga berfungsi sebagai cagar budaya asli Indonesia dan budaya asing dalam peradaban dunia [4].

Pondok Pesantren Addainuriyah 2 merupakan pondok pesantren salafi dengan metode modern yang melestarikan budaya Islam. Pelaksanaan kegiatan pendidikan bagi masyarakat, pondok pesantren ini mengadakan pengajian bapak-bapak setiap malam Senin, pengajian ibu-ibu setiap Jum'at sore, mujahadah kubro setiap malam Senin Pon, dan kajian fiqih. Dalam memperkenalkan pondok pesantren ini ke masyarakat luas, telah menggunakan media brosur, video company profile, kalender, spanduk (baik yang terbuat dari bahan kain maupun dari bahan MMT) yang dipasang di jalan dan disebarkan kepada jama'ah setempat serta santri sendiri.

Kendala yang terjadi dalam upaya memperkenalkan pondok pesantren Addainuriyah 2 ke masyarakat luas adalah (1) Terbatasnya penyebaran informasi tentang pondok pesantren ini hanya disekitar kota Semarang saja. (2) Bagi masyarakat sekitar pondok yang telah mengikuti berbagai kegiatan pengajian, masih kesulitan mendapatkan materi pengajian untuk dipelajari atau diulang lagi.

Memberikan informasi seluas-luasnya dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media. Kemudahan dalam mendapatkan informasi dan komunikasi yang intens bisa digunakan untuk mengarahkan seseorang agar mengenal tentang pondok pesantren Addainuriyah 2. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya menggunakan promosi melalui internet. Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran [5]. Dengan adanya website, semua orang di dunia bisa mendapatkan dan mengelola informasi dengan berbagai sumber yang tersedia di internet. Website sendiri saat ini memuat berbagai macam media, mulai dari teks, gambar, suara, bahkan video [6].

Penelitian ini, secara umum bertujuan untuk mempromosikan dan memberikan informasi seluas-luasnya tentang pondok pesantren Addainuriyah 2 dan kegiatannya kepada publik melalui website. Secara khusus memberikan kemudahan bagi publik dalam mengakses informasi serta berkomunikasi secara intens dengan pondok pesantren Addainuriyah 2 Semarang.

2. Kajian Penelitian yang Relevan

Berikut kajian-kajian relevan yang penulis gunakan dalam penelitian yang sedang penulis kaji guna mendukung penyusunan penelitian ini:

Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi [7], Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi [8], Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Penjualan Pada Home Industry Abon [9].

3. Kajian Teoritis

a. Informasi

Informasi merupakan salah satu sumber daya penting dalam suatu organisasi, digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan. Informasi juga dapat diartikan sebagai hasil dari pengolahan data menjadi bentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian nyata dan dapat digunakan sebagai alat bantu untuk mengambil suatu keputusan [10]. Tidak semua informasi bermutu, maka mutu informasi diidentifikasi sebagai berikut [11]:

- 1) Keakuratan dan teruji kebenarannya
- 2) Kesempurnaan informasi
- 3) Tepat waktu
- 4) Relevansi
- 5) Mudah dan murah

Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Keakuratan dan teruji kebenarannya, informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan, tidak bias, tidak menyesatkan. Kesalahankesalahan ini dapat berupa kesalahan perhitungan maupun akibat gangguan yang dapat merubah dan merusak informasi tersebut.

- 2) Kesempurnaan informasi, untuk mendukung faktor, pertama, kesempurnaan informasi menjadi faktor penting dimana informasi disajikan lengkap tanpa pengurangan, penambahan, atau perubahan.
- 3) Tepat waktu, informasi harus disajikan secara tepat waktu, mengingat informasi akan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Keterlambatan informasi mengakibatkan kekeliruan dalam pengambilan keputusan.
- 4) Relevansi, informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi jika informasi tersebut diterima oleh mereka yang

Kualitas dari suatu informasi dapat dijelaskan sebagai berikut [12] :

- 1) Relevan, berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.
- 2) Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Informasi tersebut harus jelas mencerminkan maksudnya karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan (noise) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.
- 3) Tepat pada waktunya, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan, bila pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi.

b. Promosi

Pada umumnya kegiatan promosi yang di lakukan oleh perusahaan harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut [13] :

- 1) Modifikasi Tingkah Laku
Pasar merupakan tempat pertemuan orang-orang yang hendak melakukan suatu pertukaran dimana orang-orangnya terdiri atas berbagai macam tingkah laku yang satu sama lain saling berbeda. Demikian juga pendapat mereka mengenai suatu barang dan jasa, selera, keinginan, motivasi dan kesetiiaannya terhadap barang dan jasa tersebut saling berbeda.
- 2) Memberitahu
Kegiatan promosi untuk memberitahukan informasi kepada pasar yang dituju tentang pemasaran perusahaan, mengenai produk tersebut berkaitan dengan harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan, keistimewaan dan lain sebagainya agar dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli.
- 3) Membujuk
Promosi yang bersifat membujuk atau persuasive ini pada umumnya kurang di senangi oleh sebagian masyarakat. tetapi kenyataannya sekarang ini yang banyak muncul justru adalah promosi tersebut. Promosi mendorong untuk membeli. Hal ini di maksud kan agar promosi dapat member pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.
- 4) Mengingatkan
Promosi yang bersifat mengingatkan ini dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini bererti perusahaan berusaha memperhatikan untuk mempertahankan pembeli yang ada sebab pembeli tidak hanya sekali saja melakukan transaksi, melainkan harus berlangsung secara terus menerus.

c. Website

Website adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan lainya (hypertext) yang dapat diakses melauai sebuah browser. Browser adalah perangkat lunak untuk mengakses halaman web, seperti internet explorer, Mozilla firefox, opera, safari dan lainnya [6]. Adapun fungsi situs web secara umum adalah sebagai berikut [14] :

- 1) Fungsi Komunikasi, website yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah website dinamis.
- 2) Fungsi Informasi, situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti shockwave dan java diyakini sebagai langkah yang tepat.

- 3) Fungsi Entertainment, penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya.
- 4) Fungsi Transaksi, situs web dapat dijadikan sebagai sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya.

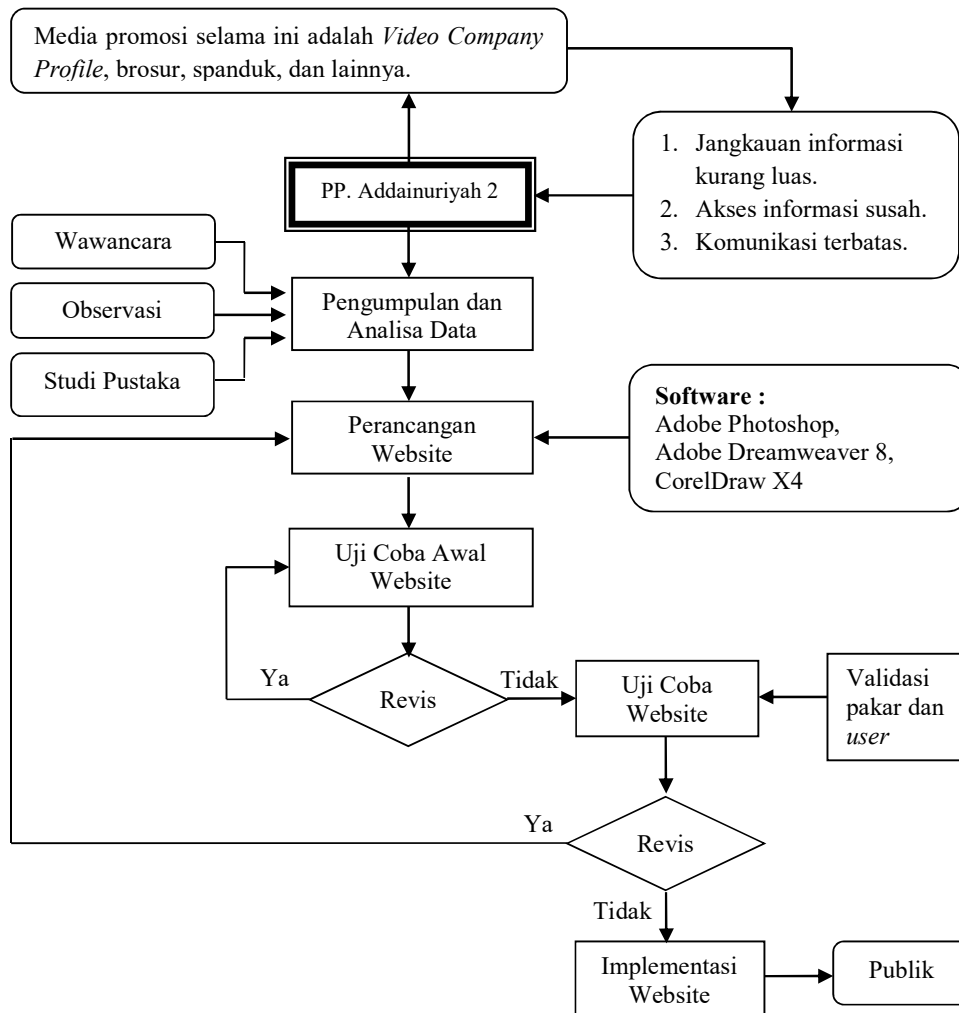
d. Pondok Pesantren

Pondok pesantren sebagai suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui oleh masyarakat sekitar, dengan sistem asrama (kampus) di mana menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dari kepemimpinan (leadership) seorang atau beberapa orang kiai dengan ciri-ciri khas yang bersifat kharismatik serta independen dalam segala hal [15].

Upaya perluasan dan persebaran kesempatan bagi anak-anak untuk memperoleh pendidikan, khususnya pendidikan dasar menempati prioritas tertinggi dalam perkembangan pendidikan nasional. Hal ini sangat beralasan, sebab Undang-Undang Dasar 1945 dan Garis-garis besar Haluan Negara telah mengamanatkan bahwa tiap-tiap warga negara berhak mendapat pendidikan dan pengajaran, pemerintah berupaya untuk memperluas kesempatan pendidikan, baik pendidikan dasar, kejuruan, professional, melalui jalur sekolah dan jalur luar sekolah [16].

e. Kerangka Berfikir

Berikut kerangka berfikir dalam penelitian ini:

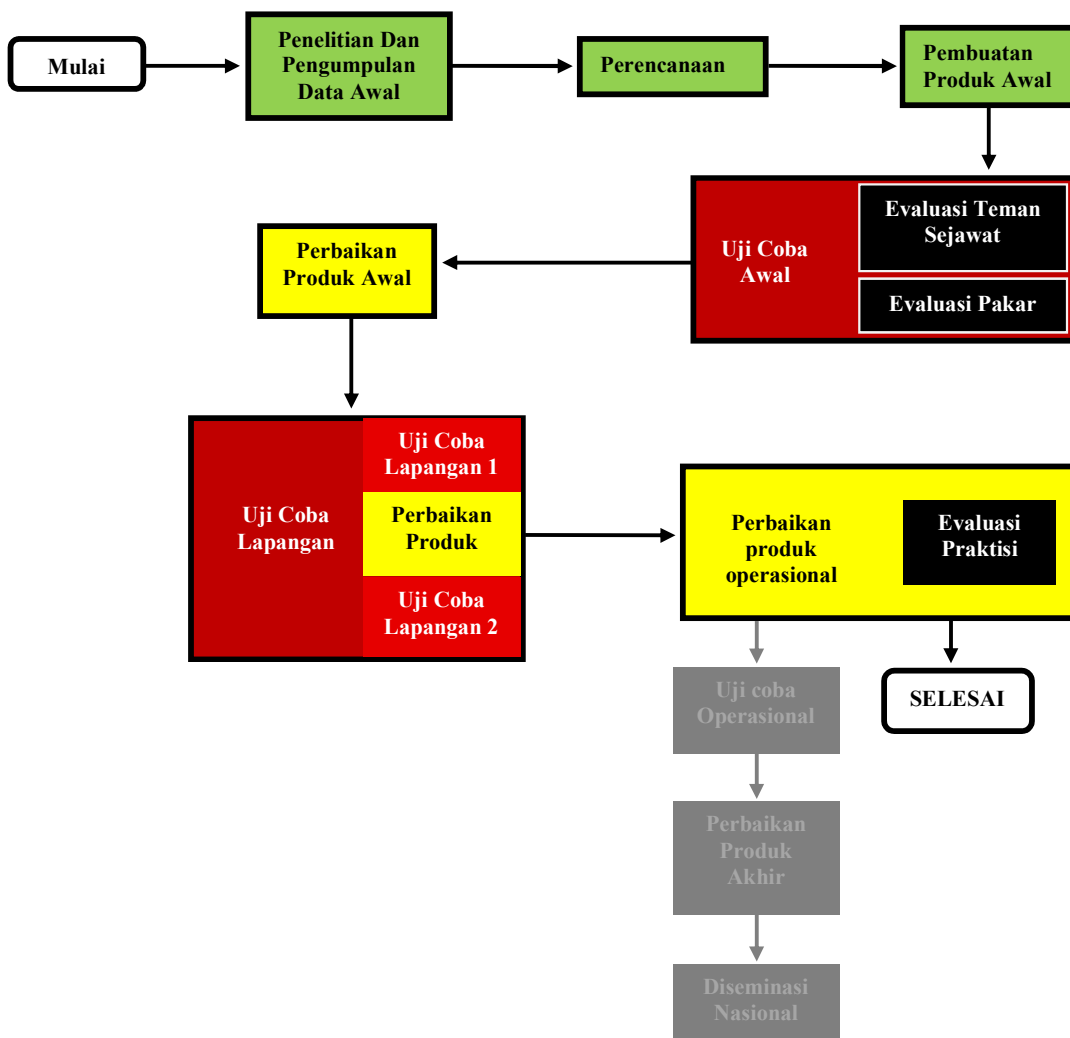


Gambar 1. Kerangka Berfikir

4. Metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan kecocokan dan sifat penelitian yang akan dilaksanakan yaitu metode Research and Development (R&D). R&D dalam pendidikan sering kemudian disebut research-based development (Borg, & Gall, 1983: 772) atau pengembangan berbasis penelitian yaitu proses yang digunakan untuk mengembangkan dan memvalidasi produk-produk pendidikan. Produk-produk pendidikan tidak hanya berupa materi, seperti buku pelajaran, video pembelajaran, dan lain-lain, tetapi juga termasuk untuk merujuk cara-cara dan proses-proses pembelajaran yang telah ada misalnya, metode pembelajaran atau metode pengorganisasian pembelajaran. Borg dan Gall (1989) mengemukakan ada sepuluh langkah pelaksanaan strategi penelitian. Langkah-langkah utama dari R&D dikemukakan oleh Borg dan Gall (1989 : 775) adalah sebagai berikut [17]:

a. Desain Siklus R&D



Gambar 2. Desain Siklus R&D

b. Subyek yang terlibat dalam penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren Addainuriyah 2 Semarang dan masyarakat umum.

c. Tahapan Model R&D

1) Penelitian dan Pengumpulan Data Awal

Dalam tahap ini dilakukan identifikasi perkiraan kebutuhan, mempelajari literatur dan meneliti dalam skala kecil.

2) Perencanaan

Setelah mempelajari literatur selengkapnya dan memperoleh informasi yang diperlukan, langkah selanjutnya yaitu merencanakan pembuatan produk. Dan aspek yang penting dalam perencanaan yaitu pernyataan tujuan yang harus dicapai pada produk yang akan dibuat.

3) Pembuatan Produk Awal

Setelah inisiasi dalam perencanaan lengkap, langkah utama dalam tahapan R & D adalah membuat bentuk awal atau desain produk yang dapat diuji coba. Dalam tahap pengembangan produk ini termasuk pembuatan instrument untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna. Sebelum uji coba dilaksanakan, diperlukan tanggapan dan saran dari teman sejawat dari seseorang yang berkaitan dengan Pesantren tersebut.

4) Uji Coba Awal

Setelah produk awal selesai, langsung di uji cobakan pada pakar yang berkaitan dengan pendidikan komputer. Dalam tahap uji coba awal akan dievaluasi dan saran oleh oleh pakar ahli.

5) Perbaikan Produk Awal.

Dalam tahap ini berdasarkan data yang diperoleh dari uji coba awal, saran dari pakar ahli digunakan untuk menyempurnakan produk.

6) Uji Coba Lapangan.

Setelah produk awal diperbarui sesuai dengan saran dari pakar yang terkait dengan pendidikan komputer, maka dilaksanakan uji coba lapangan untuk mendapatkan evaluasi atas produk yang dibuat. Kuesioner dibuat untuk mendapatkan umpan balik dari santri dan ustadz serta masyarakat yang potensial. Wawancara dilakukan terhadap beberapa pengurus, santri pada uji coba lapangan 1 dan masyarakat potensial pada uji coba lapangan 2 selama dalam tahap uji coba.

7) Perbaikan Produk Operasional.

Setelah dilakukan uji coba lapangan. Tahap yang selanjutnya dilakukan adalah mempelajari produk sesuai yang telah ditentukan sebelumnya. Data yang diperoleh dianalisis kembali dan dilakukan perbaikan yang diperlukan. Perbaikan produk operasional yang menghasilkan media promosi dalam bentuk online dan dapat diakses oleh masyarakat.

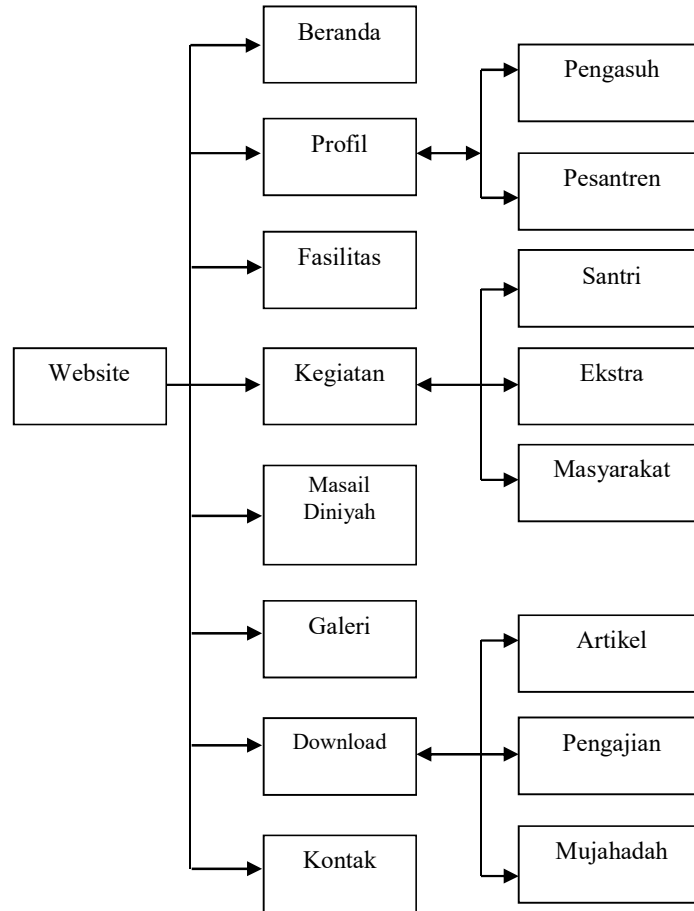
8) Tahap 8 Uji Coba Operasional, Tahap 9 Perbaikan Produk Akhir, dan Tahap 10 Deseminasi Nasional tidak dilakukan. Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada tahap 1 sampai tahap 7.

5. Hasil dan Pembahasan

a. Memperkirakan Kebutuhan Penelitian

1) Alir Website

Desain website di Pondok Pesantren Addainuriyah 2 Semarang, penulis mengutamakan informasi yang jelas dan kemudahan mengakses informasi yang dibutuhkan Santri dan calon Santri dengan navigasi yang jelas dan baik dalam website. Alir website yang jelas dan baik, akan berdampak pada navigasi dalam website.



Gambar 3. Alir Website

2) Kebutuhan *hardware*, spesifikasi yang digunakan dalam pembuatan situs web ini adalah :

- a) PC / Laptop
- b) Processor AMD Athlon II @2.30 GHz
- c) RAM 2 GB
- d) Harddisk 320 GB
- e) Resolusi Monitor 1024 x 768
- f) Modem 115 Kbps

3) Kebutuhan *software*,

- a) Sistem operasi Windows 7/8/10
- b) Adobe Photoshop CS/CC
- c) Adobe Dreamweaver CS/CC
- d) CorelDraw X4
- e) Mozilla Firefox

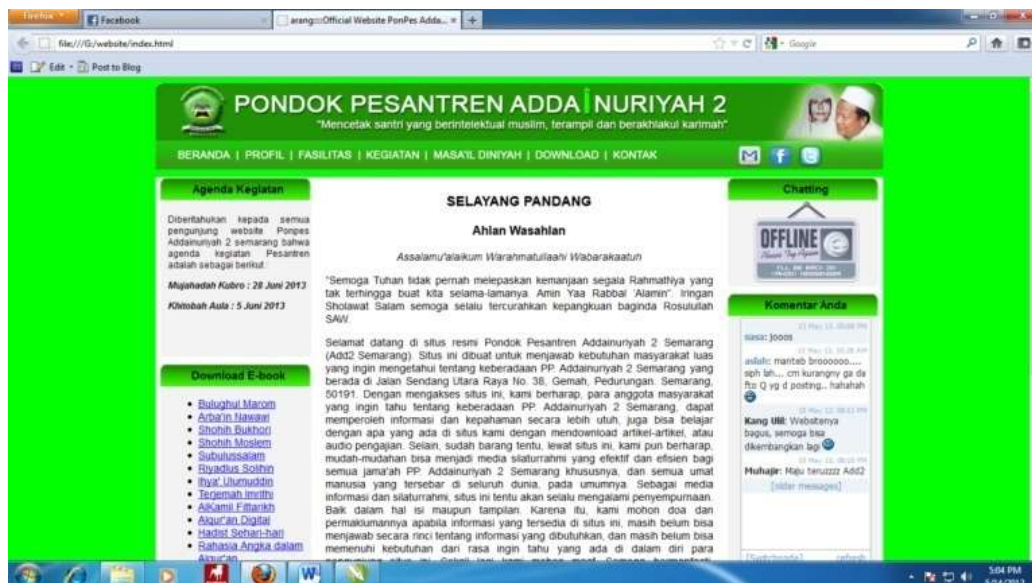
4) Desain Awal Produk

Desain Website ini mempunyai ukuran lebar 960 pixels dan dengan tinggi tidak terhingga, karena dengan satuan pixels yang lebih fleksibel terhadap resolusi dan keberadaan browser. Adapun sketsa desain layout *website* yang akan dibuat adalah sebagai berikut :



Gambar 4. Layout Website

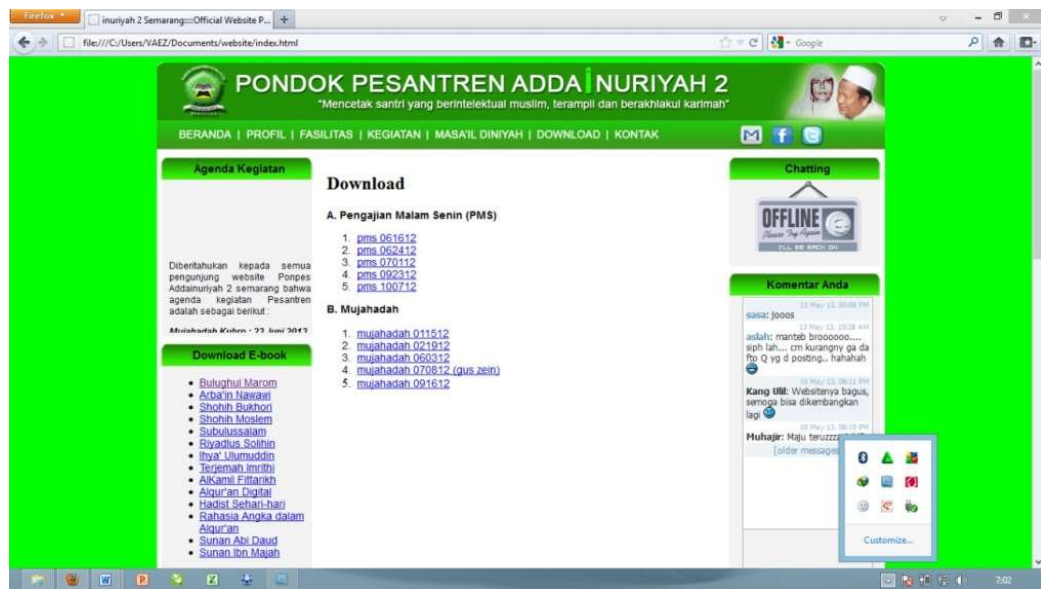
5) Hasil Akhir Produk



Gambar 5. Halaman Home/Index



Gambar 6. Halaman Galeri



Gambar 6. Halaman Download (Audio)

6) Pembahasan Produk

Dengan mengacu dari penggolongan skala validasi Gonia, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

(a) Hasil evaluasi pada uji coba lapangan ke-1 menunjukkan bahwa :

- (1) Dari kriteria / variabel desain antar muka. Sebanyak 81,2% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 18,8% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan “Sangat Baik” untuk diaplikasikan.
- (2) Dari kriteria / variabel kemudahan penggunaan. Sebanyak 91% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 9% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan nilai “Sangat Baik”.
- (3) Dari kriteria / variabel kualitas informasi. Sebanyak 85% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 15% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan nilai “Sangat Baik”.

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa, produk *website* baik dari segi desain, kemudahan penggunaan dan kualitas informasi layak dan mempunyai nilai “Sangat Baik” untuk diterapkan dan di aplikasikan di Pondok Pesantren Addainuriyah 2 Semarang.

(b) Hasil evaluasi pada uji coba lapangan ke-2 menunjukkan bahwa :

- (1) Dari kriteria / variabel desain antar muka. Sebanyak 82% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 18% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan “Sangat Baik” untuk diaplikasikan.
- (2) Dari kriteria / variabel kemudahan penggunaan. Sebanyak 85% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 15% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan nilai “Sangat Baik”.
- (3) Dari kriteria / variabel kualitas informasi. Sebanyak 85,5% menjawab setuju (sangat setuju dan setuju). Dan sisanya sebanyak 14,5% menjawab tidak setuju (kurang setuju dan tidak setuju). Oleh karena itu, dari segi desain antar muka website menunjukkan nilai “Sangat Baik”.

6. Simpulan

Penggunaan website sebagai media promosi dan informasi di pondok pesantren Addainuriyah 2 Semarang, dapat memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi yang mudah antara masyarakat umum dan pengurus pondok pesantren Addainuriyah 2 Semarang. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji coba lapangan 1 dan 2 yang mempunyai skor > 80% menjawab sangat baik, untuk semua kriteria/variabel, sehingga website untuk pondok pesantren Addainuriyah 2 Semarang dengan url : www.addainuriyah2.com layak digunakan.

7. Daftar Pustaka

- [1] Wahana Komputer, (2003). *Promosi Efektif dengan Web*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- [2] Ridwan, Nasir. (2005). *Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- [3] Mun'im, A. (2010). Peran Pesantren Dalam Education For All Di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(01).
- [4] PP no.55/2007 dan PMA no.13/2014 tentang pesantren sebagai lembaga pendidikan keagamaan Islam.
- [5] Basu, Swastha DH., Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- [6] Wahana Komputer Semarang, (2010). *Membangun Website Tanpa Modal Menggunakan CMS Wordpress beserta Domain dan Hosting Gratis*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

- [7] Hayaty, M., & Meilasari, D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, Vol.5 No.2, pp. 295~300. Diambil kembali dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/>
- [8] Hasugian, P. A. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, Vol. 3 No. 1, 82-86. Diambil kembali dari <http://ejournal.pelitanusantara.ac.id/index.php/JIPN/>
- [9] Dewi, S. K., & Garside , A. K.,. (2014). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada Home Industry Abon. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No. 2, 170–181. Diambil kembali dari <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/industri/>
- [10] Kadir, Abdul dan Terra CH Triwahyuni, (2003). "*Pengenalan Teknologi Informasi*". Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- [11] Oetomo, B. S. (2002). *Perencanaan Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- [12] Sutabri, T. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset..
- [13] Rangkuti, Freddy, (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing communication*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama..
- [14] Suyanto, Asep Herman, (2009). *Step by Step Web Desain Theory and Practices*, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- [15] Arifin, M. (1995). *Kapita Selekta Pendidikan (Islam dan Umum)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- [16] Fattah. Nanang. (2002). *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*. Jakarta: Rosdakarya.
- [17] Borg, W.R. dan Gall, M.D. Gall., 1989; "Educational Research : An Introduction, Fifth Edition". New York : Longman.