

## Perencanaan Produksi Konten Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berdakwah

**Rahadian Rashif A<sup>\*</sup>, Atie Racmiatie**

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*[info.rashifalr@gmail.com](mailto:info.rashifalr@gmail.com), [atie@unisba.ac.id](mailto:atie@unisba.ac.id)

**Abstract.** This research is based on current developments in the field of communication which are assisted by technological developments, such as social media Instagram. One area of communication that is affected is preaching. This research was conducted to see how planning in the production of social media content is used as a means of preaching. By conducting an analysis of one of the Instagram social media accounts @tulisansen which carries out da'wah using Instagram social media. @tulisansen has been established since 2018 and carries out research resumes targeting Muslims from school children to adults with a variety of content. The researcher conducted an in-depth interview with Hanny Ensa which showed how important content production planning is in planning the content production for Instagram social media @tulisansen.

**Keywords:** *Content Production Planning, Instagram, Da'wah Communication.*

**Abstrak.** Penelitian ini didasari oleh adanya perkembangan zaman dalam bidang komunikasi yang dibantu dengan perkembangan teknologi, seperti media sosial Instagram. Salah satu bidang komunikasi yang terpengaruh adalah dalam berdakwah. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana Perencanaan dalam produksi konten media sosial digunakan sebagai sarana berdakwah. Dengan melakukan analisis kepada salah satu akun media sosial instagram @tulisansen yang melakukan dakwah dengan menggunakan media sosial Instagram. @tulisansen telah berdiri sejak 2018 dan melakukan resume-resume kajian dengan menargetkan pada muslimin dari anak Sekolah hingga dewasa dengan konten-konten dengan konten yang beragam. Peneliti melakukan wawancara yang mendalam Bersama Hanny Ensa yang memperlihatkan bagaimana pentingnya sebuah perencanaan produksi konten dalam perencanaan produksi konten media sosial Instagram @tulisansen.

**Kata Kunci:** *Perencanaan Produksi Konten, Instagram, Komunikasi Dakwah.*

## A. Pendahuluan

Berdakwah merupakan salah satu komunikasi persuasif untuk mengajak, memperngaruhi, dan mengubah kepercayaan orang lain sesuai dengan kepercayaan yang di ridhai Allah SWT demi mewujudkan kehidupan yang bahagia di dunia dan akhirat. Secara bahasa atau etimologi kata dakwah merupakan kata terapan dari bahasa Arab yang berarti memanggil, mengajak atau berkhotbah. Para ahli mengartikan kembali dakwah secara terminologi. Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat (Omar, Toha Yahya 1992). Prof. Yahya memaknai bahwa dakwah adalah cara persuasif dengan cara yang bijaksana ke sesama manusia untuk menyembah, mengikuti perintah, dan menjauhi larangan dari Allah swt.

Dalam berdakwah tentu memiliki beberapa unsur yang perlu diperhatikan dalam setiap pelaksanaannya. Hal ini dapat disesuaikan dengan tujuan dan fungsi dakwah yang akan dilakukan. Menurut M. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah (2019) menjelaskan beberapa unsur yang termasuk ke dalam unsur-unsur dakwah yaitu, Da'I (pelaku dakwah), Mad'u (Mitra dakwah/penerima dakwah), Maddah (materi dakwah), Wasilah (media berdakwah), Thariqah (metode dakwah), dan Atsar (efek dakwah).

Berkembangnya zaman membuat perubahan kepada aspek di dunia salah satunya komunikasi dakwah. Di pelajaran saat duduk di bangku sekolah hingga kuliah sering dijelaskan bahwa Nabi Muhammad saw melakukan dakwah untuk mengajak orang-orang agar mempercayai dan menyembah Allah swt dengan cara berkomunikasi secara langsung perindividu, berkelompok, maupun dengan massa. Namun sekarang cara dari komunikasi tidak hanya melalui ucapan verbal maupun non verbal secara tatap muka. Komunikasi dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka, dan dalam waktu yang bersamaan serta serentak. Dengan bantuan internet dan perkembangan teknologi komunikasi dapat dilakukan dengan media online yang memungkinkan setiap orang menghilangkan masalah jarak untuk berkomunikasi. Media online yang digunakan untuk bersosial dan berkomunikasi adalah media sosial yang sedang ramai digunakan oleh semua kalangan, dari orang tua hingga anak kecil (Evans & Mckee, 2010).

Dilansir dari Databoks.co.id memperlihatkan hasil survey pada Januari 2023 bahwa hampir 65.5% warga Indonesia menggunakan internet dan 49.9% diantaranya adalah pengguna media sosial aktif. Angka ini membuat Indonesia menduduki peringkat kelima dalam penggunaan internet. Terdapat empat media sosial utama yang paling banyak digunakan oleh warga Indonesia yaitu Facebook, Youtube, Twitter, dan Instagram. Keempat media sosial ini adalah media sosial yang paling banyak juga digunakan di dunia (Annur, 2022). Hal ini membuktikan masyarakat Indonesia mengikuti perkembangan teknologi dan trend yang ada di dunia. Dari keempat media sosial yang paling sering digunakan di dunia, Instagram adalah media sosial paling muda di bandingkan dengan yang lainnya. Instagram muncul pada Juni 2012 dan pada Mei 2014 di beli oleh Facebook seharga satu miliar dollar. Kata Instagram mengadopsi dari dua kata yaitu "insta" yang berarti instan, dimana Instagram ingin memberikan kemudahan dalam medianya. Dan "gram" yang diambil dari telegram. Instagram memiliki sifat seperti telegram dimana memberikan informasi kepada banyak orang secara cepat. Instagram adalah media sosial yang terfokus pada visual. Setiap orang dapat membagikan konten berupa visual kepada banyak orang. Berbeda dengan Pinterest yang bukan sebagai media yang enak untuk berkomunikasi, Instagram membuat para penggunanya nyaman dalam berkomunikasi melalui fitur-fitur seperti direct message dan video call yang ditawarkan oleh Instagram (Nelam Sari, 2021).

Dengan perkembangan zaman dan media untuk berkomunikasi beberapa pemuka agama mulai menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial ini tidak hanya digunakan untuk mengisi konten-konten pribadi saja, namun dimanfaatkan juga sebagai media berdakwah. Seperti akun Instagram @tulisanensa. Akun ini berisikan tentang keagamaan Islam. Dalam akun ini berisi kajian mengenai suatu fenomena, tanya-jawab (Q&A), biografi orang-orang hebat ataupun para mualaf, dll. Akun ini memiliki 19.800 pengikut dengan konten yang dipostingnya setiap hari (Sabil M Sungkar & Dadi Ahmadi, 2023).

Untuk mendapatkan perhatian dari audien akun media sosial Instagram @tulisanensa membutuhkan sebuah perencanaan produksi konten yang mampu menunjang agar konten dan

akun dari @tulisannya mendapat audien yang tertarik. Perencanaan produksi merupakan perencanaan tentang produk apa dan berapa yang akan di produksi oleh Perusahaan atau pihak yang bersangkutan dalam satu periode yang akan datang (Sipayung, 2015). Dalam pembahasan ini adanya konten yang dianggap sebagai produk dan @tulisannya sebagai pihak produsen.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Perencanaan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Berdakwah”. Penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pre-production dari perencanaan produksi konten @tulisannya?
2. Bagaimana Proses production dari perencanaan produksi konten @tulisannya?
3. Bagaimana Proses Post-production dari perencanaan produksi konten @tulisannya?

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan utama untuk memahami dan menggambarkan suatu peristiwa atau fenomena dengan cara yang menyeluruh. Metode kualitatif ini dirancang untuk memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif mengenai objek yang diteliti, sehingga peneliti dapat menangkap nuansa dan konteks yang mungkin tidak dapat dicapai melalui metode kuantitatif.

Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif dipilih karena karakteristiknya yang bersifat deskriptif dan analitis. Penelitian kualitatif sering kali melibatkan analisis mendetail terhadap data teks dan hasil wawancara untuk mengungkap makna yang mendasari fenomena yang sedang dikaji. Auerbach dan Silverstein (2003) menyatakan bahwa metode kualitatif berfokus pada analisis dan interpretasi teks serta hasil wawancara dengan tujuan utama untuk menemukan dan memahami makna dari fenomena yang diteliti. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi dan memahami berbagai perspektif dan pengalaman yang mungkin tidak dapat ditangkap melalui data numerik atau statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Hanny Ensa sebagai sumber utama dalam pengambilan data. Hanny Ensa berperan sebagai narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, dan penjelasan serta informasi yang disampaikan oleh Hanny Ensa dianggap mewakili keseluruhan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada akun media sosial @tulisannya. Dengan menggunakan Hanny Ensa sebagai sumber data, peneliti berharap dapat memperoleh wawasan yang mendalam dan representatif mengenai fenomena yang diteliti melalui pandangan dan pengalaman yang dibagikan oleh narasumber tersebut.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini berfokus pada perencanaan produksi konten media sosial Instagram pada akun media sosial Instagram @tulisannya. Dalam perencanaan produksi konten terdiri dari 3 tahap utama, yaitu Pra-Produksi, Produksi dan Post-Produksi.

### **Proses pre-produksi konten media sosial Instagram @tulisannya**

Pada akun media sosial Instagram @tulisannya. Hanny ensa telah melakukan beberapa tahapan perencanaan sebelum produksi konten dibuat. Walaupun konten yang buat terlihat sederhana, namun proses yang dilalui cukup matang untuk sebuah produksi konten khususnya pada konten media sosial Instagram @tulisannya.

### **Pengelolaan Ide**

Produksi konten media sosial Instagram @tulisannya tentu memiliki ide-ide awal yang dipilih oleh Hanny Ensa selaku pemilik Akun media sosial @tulisannya dan timnya. Seperti yang dijelaskan oleh Hanny Ensa, biasanya ide yang muncul dari kajian-kajian di datangnya. Dari ide yang muncul dari kajian, Hanny Ensa membuat satu gagasan menjadi sebuah alur yang jelas untuk menjadi patokan utama dalam setiap konten pada akun media sosial Instagram @tulisannya. Ide ini berkaitan dengan beberapa konten yang diambilnya seperti pada konten resume kajian. Hanny Ensa memilih untuk membuat resume dan membentuknya sebagai konten agar dapat dilihat oleh pembaca atau para followers media sosial Instagram @tulisannya yang

mungkin tidak dapat menghadiri kajian-kajian yang ada. Dari kajian juga Hanny Ensa mendapat ide lain untuk membuat tulisan yang berkaitan dengan dakwah mengenai keislaman. Seperti pada kajian Gak Ceroboh Nyari Jodoh Bersama Farah Qonita sebagai pemateri pada kajian tersebut yang dilaksanakan secara online. Hanny Ensa mendapatkan 2 ide yang telah dibuat konten, yaitu konten resume kajian dan konten kutipan tulisan pengingat yang bertuliskan “Allah Tidak pernah pergi, katanya aja yang menjauh.” Dengan cover video umrah diaman menjadi Impian setiap muslimin. Hal pertama yang perlu dilakukan adalah mengelola ide menjadi sebuah alur yang jelas untuk mempermudah kerangka cerita konten (M. Bayu Widodo : 2007).

### **Penulisan skrip**

Dari ide awal yang telah disusun alur agar lebih jelas, tahapan pada pre-produksi akun media sosial @tulisannya dilanjutkan kepada tahap penulisan skrip. Pada proses penulisan skrip pada konten-konten @tulisannya, Hanny Ensa lebih sering menggunakannya pada saat produksi konten resume kajian. Dari kajian-kajian yang dihadiri oleh Hanny Ensa dan tim, semua resume akan di filter kembali dan di screening kembali untuk mendapatkan poin-poin mana yang akan ditulis pada konten akun media sosial @tulisannya, pada tahap ini juga tulisan diedit apa bila terdapat kata-kata yang ambigu, kata-kata yang kurang dapat dimengerti atau sulit dimengerti dari materi yang menjadi pemateri. Tulisan akan di filter bergantung pada hasil penafsiran dari Hanny Ensa dan tim. Apabila kata-kata ambigu akan ditindak dengan merubah kalimat atau kata dengan tidak merubah makna dari materi yang diberikan pada saat kajian. Penulisan skrip menjadi sangat penting melihat banyaknya konten dari akun media sosial Instagram @tulisannya lebih banyak mengandung tulisan dari pada video atau suara. Menulis naskah atau skrip merupakan penuangan ide atau gagasan yang mengandung fakta serta terperinci dalam susunan kata-kata (Latief dan Utud 2017 : 162)

### **Pemilihan Kru Produksi**

Hanny Ensa tidak memiliki kriteria atau keahlian khusus dalam memilih kru produksi atau tim produksinya. Dengan alasan akun media sosial Instagram @tulisannya ini adalah badan non-profit, jadi Hanny Ensa memilih kru dari faktor kemauan dari individu dan kedekatan antara Hanny Ensa dan calon kru produksi dari akun media sosial Instagram @tulisannya. Pemilihan kru ini tidak melibatkan keahlian khusus karena pada dasarnya tim yang bergerak adalah individu-individu yang mengejar ridha Allah swt. Bukan untuk mencari harta semata. Tim yang dipilih oleh Hanny Ensa terbagi menjadi 2, yaitu Tim atau Kru Produksi akun media sosial Instagram @tulisannya, dan Volunteer @tulisannya. Perbedaannya yang terlihat pada 2 tim ini adalah komitmen dalam setiap produksi konten dari akun media sosial Instagram @tulisannya.

Dimana Kru atau tim adalah orang-orang yang secara konsisten mengerjakan setiap produksi media sosial instagram @tulisannya. Sedangkan Volunteer adalah orang-orang yang memang hanya ikut mendukung pada beberapa konten media sosial Instagram @tulisannya, namun tidak memiliki keterikatan atau kewajiban menjalankannya secara konsisten. Tim yang dimiliki untuk saat ini tidak banyak berkisar 2-3 orang saja walaupun pada awal berdirinya tim yang Hanny Ensa miliki dapat menyentuh angka 17 orang. Setelah draft dapat dimengerti oleh pihak terakut, di lanjutkan dengan menyusun orang-orang yang akan memproduksi konten sesuai dengan kebutuhan dari draft awal (M. Bayu Widodo : 2007).

### **Pemilihan Lokasi**

Lokasi yang dipilih oleh Hanny Ensa dalam setiap konten akun media sosial Instagram @tulisannya yang membutuhkan rekaman video tidak terencana secara matang. Bergantung kepada penglihatan Hanny Ensa dan tim dan bergantung kepada keberadaan mereka sedang berada dimana. Untuk itu kebanyakan lokasi dari konten-konten @tulisannya lebih banyak di masjid dan di pesantren. Lebih tepatnya Masjid Al-Latif dan Masjid trans yang memang sering menjadi lokasi kajian yang di hadiri oleh Hanny Ensa dan Tim.

### **Penyiapan alat produksi**

Melihat konten dari akun media sosial Instagram @tulisannya, Hanny Ensa tidak memilih

untuk menggunakan perangkat perekam atau kamera profesional serta tidak juga menggunakan mic khusus. Karena menurut Hanny Ensa menggunakan Handphone dan iPad yang di bawa sehari-hari sudah cukup untuk membuat konten-konten dari akun media sosial Instagram @tulisanensa. Handphone yang digunakan berjenis Smartphone dengan sistem operasi Android yang tidak disebutkan merk nya. Serta Ipad keluaran tahun 2019 dari pabrikan Apple.inc

### **Proses produksi konten media sosial Instagram @tulisanensa**

Setelah melalui serangkaian tahap Pre-produksi, semua akan di implementasikan kepada tahap produksi. Perencanaan-perencanaan yang dibuat adalah untuk mendukung atau menyokong pada proses produksi konten media sosial Instagram @tulisanensa. Menurut KBBI produksi adalah proses mengeluarkan hasil atau penghasilan. Dalam kasus ini hasil yang di maksud adalah berupa konten-konten untuk dapat diunggah di media platform media sosial Instagram @tulisanensa. Produksi merupakan seluruh kegiatan konten berlangsung. Setelah hasil dari perencanaan konten dibuat dan disusun oleh yang bersangkutan, maka pada tahap ini semua rencana sebelumnya diwujudkan dalam bentuk gambar, tulisan, video, foto, dll (J.B Wahyudi : 1992).

Dalam Produksi konten tim dari akun media sosial Instagram @tulisanensa berupa hasil dari tulisan-tulisan Hanny Ensa dan tim pada setiap simpulan dari kajian-kajian yang dihadapinya. Dimana hasil dari resume akan diproses oleh Hanny Ensa dan tim untuk menjadi tulisan yang bermakna dan dapat dinikmati oleh pembaca atau para Followers akun media sosial Instagram @tulisanensa.

Dilihat dari beberapa konten dari akun media sosial akun Instagram @tulisanensa memiliki template yang sama dengan warna dasar putih dan animasi Wanita berkerudung serta ornamen-ornamen colourful lainnya. Hal ini memudahkan Hanny Ensa dan tim untuk memproduksi setiap konten resume kajian. Dimana dari hasil resume yang ditulis yang telah melalui hasil QC dan screening langsung oleh Hanny Ensa langsung dimasukan kedalam template dan di atur posisinya sedemikian rupa agar lebih eye catching serta memudahkan pembaca untuk memahami tulisan dari konten resume kajian dari akun media sosial Instagram @tulisanensa.

Di konten lainya akun media sosial Instagram @tulisanensa juga memproduksi konten-konten dari kegiatan-kegiatan yang di hadiri oleh Hanny Ensa. Dimana hanny Ensa datang kesana Sebagai peserta, sebagai pemateri, ataupun sebagai peserta.

Untuk produksi konten kegiatan kajian Hanny Ensa tidak memproduksinya sendirian. Membutuhkan tim sebagai cameramen yang bertugas dalam merekam Hanny Ensa dan kegiatan kajian yang sedang berlangsung. Semua konten yang di buat merupakan konten-konten dakwah yang di hasilkan dari perencanaan yang telah Hanny Ensa dan tim buat sebelum konten di produksi menjadi hasil jadi dan siap di unggah pada akun media sosial Instagram @tulisanensa. Sesuai dengan nama dari pada akun dari objek peneliti. Akan tercantum sebuah tulisan dari Ensa yang dikutip dari Da'I lainya ataupun hasil dari Ensa itu sendiri untuk tetap mendakwahkan ilmu-ilmu islam kepada setiap pembaca ataupun para followers dari akun media sosial Instagram @tulisanensa.

### **Proses Post-produksi konten media sosial Instagram @tulisanensa**

Tahap terakhir pada konten dari akun media sosial @tulisanensa adalah post-produksi. Post-produksi adalah tahap editing yang dilakukan oleh editor seperti yang terjadi pada pembuatan konten sugeng tanggap warsa, editing oleh satu editor dan editor audio yang di bantu oleh sound recorder (Liniwih et al. : 2022). Menurut penjelsasan dari narasumber, pada akun media sosial Inatagram @tulisanensa. Hanny Ensa mengedit atau menyunting semua kontennya sendiri, menggunakan perangkat yang dimilikinya. Hanny Ensa berhasil membuat konten-konten yang dapat kita lihat di akun media sosial Instagram @tulisanensa sampai sekarang. Terdapat beberapa hal yang di perhatikan oleh Hanny Ensa pada setiap editingnya. Seperti template yang digunakan menjadi standar dari konten resume kajian, dengan proses memasukan tulisan-tulisan yang telah direvisi oleh Hanny Ensa kedalam template yang telah dibuat sebelumnya. Tidak lupa memposisikan setiap kalimat dengan persisi agar mudah untuk di baca dan di mengerti.

Selain itu, pemilihan font juga menjadi focus dari Hanny Ensa dimana font yang dipilih harus simple dan mudah di baca. Pada konten-konten akun media sosial Instagram @tulisanensa yang bertemakan kegiatan kajian. Hanny Ensa banyak menggunakan lagu-lagu yang sedang happening untuk memberikan engagement lebih pada setiap kontennya. Salah satu strategi promosi yang dilakukan dalam media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur gratis yang terdapat di Instagram, salah satunya fitur menambahkan musik yang dikemas berbeda. (mulyani, Farid : 2022).

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Tahap terakhir pada konten dari akun media sosial @tulisanensa adalah post-produksi. Post-produksi adalah tahap editing yang dilakukan oleh editor seperti yang terjadi pada pembuatan konten sugeng tanggap warsa, editing oleh satu editor dan editor audio yang di bantu oleh sound recorder. Menurut penjelasan dari narasumber, pada akun media sosial Inatagram @tulisanensa. Hanny Ensa mengedit atau menyunting semua kontennya sendiri, menggunakan perangkat yang dimilikinya. Hanny Ensa berhasil membuat konten-konten yang dapat kita lihat di akun media sosial Instagram @tulisanensa sampai sekarang. Terdapat beberapa hal yang di perhatikan oleh Hanny Ensa pada setiap editingnya. Seperti template yang digunakan menjadi standar dari konten resume kajian, dengan proses memasukan tulisan-tulisan yang telah direvisi oleh Hanny Ensa kedalam template yang telah dibuat sebelumnya. Tidak lupa memposisikan setiap kalimat dengan persisi agar mudah untuk di baca dan di mengerti. Selain itu , pemilihan font juga menjadi focus dari Hanny Ensa dimana font yang dipilih harus simple dan mudah di baca. Pada konten-konten akun media sosial Instagram @tulisanensa yang bertemakan kegiatan kajian. Hanny Ensa banyak menggunakan lagu-lagu yang sedang happening untuk memberikan engagement lebih pada setiap kontennya. Salah satu strategi promosi yang dilakukan dalam media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur gratis yang terdapat di Instagram, salah satunya fitur menambahkan musik yang dikemas berbeda. (mulyani, Farid : 2022).
2. Pada tahap produksi Hanny Ensa dapat membuktikan bahwa dengan adanya perencanaan yang tersusun dengan matang, memudahkan dalam setiap produksi konten media sosial Instagram. Adanya beberapa jenis konten yang diproduksi oleh akun media sosial Instagram @tulisanensa seperti, resume kajian, video boost, dan konten video kegiatan kajian yang dihadiri oleh tim dari @tulisanena. Tanpa adanya perencanaan yang matang dan terstruktur, pembagian produksi konten dengan tema dan jenis yang berbeda-beda tidak akan berjalan dengan lancar. Melihat tantangan dari produksi konten yang di alami oleh Hanny Ensa adalah kekurangan SDM.
3. Tahap akhir dari perencanaan produksi konten mediasosial Instagram pada akun @tulisanensa yaitu post-produksi. Pada tahap ini mencakup editing, quality control, dan Evaluasi. Editing yang dilakukan oleh Hanny Ensa adalah pengecekan kata-kata dari tulisan yang akan dimuat kedalam konten, lalu tulisan di buat design dalam dan di tata untuk memudahkan pembaca dalam mengerti dari setiap konten @tulisanensa. Standar Hanny Ensa dalam editing konten akun media sosial Instagram @tulisanensa yaitu font yang digunakan font yang simple, menarik, memudahkan pembaca, dan tidak berlebihan dalam setiap editingnya. Sederhana tapi menarik. Setelah konten diunggah ke akun media sosial Instagram @tulisanensa barulah tahap evaluasi dilihat dari jalanya tahap perencanaan produksi konten hingga tahap post-produksi konten, serta evaluasi dilihat dari jumlah likes, komentar pembaca atau followers akun media sosial media @tulisanensa, dan dari jumlah saved konten. Hal ini dilakukan sebagai tolak ukur untuk berkembang kearah lebih baik serta tidak mengulangi kesalahan yang dilakukan pada produksi-produksi konten yang lainnya

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Wahyudi, J.B. Teknologi informasi dan produksi citra bergerak [internet]. Jakarta ; 1992  
Available from: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=313431>
- [2] Widagdo, M.Bayu. Bikin Film Indie itu Mudah. Yogyakarta : CV. Andi Radionusu
- [3] Aziz, Moh Ali. Ilmu Dakwah. Jakarta : Kencana. 2017.