

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM

Surat Keputusan Nomor : 541/E/O/2021 Tanggal 7 Desember 2021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Aceng Sali Al-Aitaam No.1 Ciganitri, Bojongsong Kabupaten Bandung 40287 Telp. 022-8750 0756
Email : fakultasikom@unisal.ac.id

Nomor : 053/SPeng/UNISAL-FIKOM/DEK/V/2026
Perihal : Surat Pengantar Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,
Bapak Anggrita Putra Utama, S.Pd.
Humas Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut
Di tempat

Dengan Hormat,

Teriring salam serta doa semoga Bapak senantiasa ada dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Sehubungan dengan kegiatan akademik mahasiswa, bersama ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Pahma Khoerunnisa
NIM : 2270201063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Adalah benar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam yang sedang menyusun tugas akhir/skripsi dengan judul :
“TRANSFORMASI DIGITAL PENGELOLAAN MASJID MELALUI PROGRAM MALAM MABIT CUAN (MMC) (Studi Kasus Pada Pengelola Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut, Kabupaten Bandung)”.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kiranya Bapak Pimpinan dapat memberikan izin serta arahan kepada mahasiswa yang bersangkutan selama pelaksanaan penelitian, dengan tetap memperhatikan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 05 Mei 2026

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN . 0410087803

Tembusan :
1. Arsip

Lampiran 1. 2 Surat Bukti Penelitian telah dilaksanakan di Tempat Penelitian



**MASJID
AL-KAHFI
BUNUT**

Nomor: 003/MAB/VI/2026
Perihal: Selesai Penelitian

18 Juni 2026

Kepada Yth.,
Dea Rosita
Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Anggrita Putra Utama
Jabatan: Humas Masjid Affiliate Alkahfi Bunut
Instansi: Masjid Affiliate Alkahfi Bunut
Alamat: Kampung Bunut RT2 RW9 Desa Margahurip Kecamatan Banjaran

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama: Pahma Khoerunnisa
NIM: 2270201063
Program Studi: Ilmu Komunikasi, Universitas Sali Al-Aitaam

Telah menyelesaikan kegiatan penelitian di Masjid Affiliate Alkahfi Bunut.
Penelitian tersebut dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2026 sampai dengan 17 Juni 2026. Selama proses penelitian, mahasiswa yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,
Humas dan Sosial Masjid
Affiliate Alkahfi


Anggrita Putra Utama, S.Pd

☎ 0895-3449-61196
✉ masjidalkahfibunut@gmail.com
📍 Kp Bunut RT 02 RW 09, Desa Margahurip
Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung

Lampiran 1. 3 Kondisi Fisik Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut



(Bangunan & selasar Masjid *Affiliate*)



(Bagian Dalam Masjid)



(Bagian belakang masjid (kantor kerja & Tk))



(Lantai 2 Masjid *Affiliate*)



(Ruangan studio *live streaming*)



(Fasilitas WC)

Lampiran 1. 4 Pedoman Wawancara

(Informan Utama 1 Azka Dwi Anshari (Ketua DKM))

PERTANYAAN: Bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC) untuk pengelolaan berbasis digital?

Blok 1. Mendefinisikan Masalah (Cutlip Tahap 1)

No.	Pertanyaan
1.	Bisa diceritakan latar belakang dan sejarah berdirinya Masjid <i>Affiliate</i> Al-Kahfi? Apa yang melatarbelakangi keputusan untuk mengubah masjid ini menjadi 'masjid digital'?
2.	Apa masalah atau kebutuhan utama yang bapak identifikasi sehingga muncul ide program MMC dan transformasi digital masjid?
3.	Bagaimana awal mula ide program Malam Mabit Cuan (MMC) tercetus? Siapa yang paling berperan dalam inisiasi program ini?
4.	Apa visi jangka panjang Anda untuk Masjid Al-Kahfi? Bagaimana program MMC berkontribusi pada visi tersebut?
5.	Bagaimana proses transformasi digital di masjid ini berlangsung secara bertahap? Dari mana sumber daya (SDM, infrastruktur, dana) diperoleh?
6.	Bagaimana bapak menggambarkan kesenjangan antara fungsi masjid yang ada selama ini, masjid <i>Affiliate</i> dijadikan sebagai tempat pemberdayaan ekonomi umat/ MMC (das sein) sedangkan yang biasa diketahui masyarakat masjid biasanya hanya dijadikan sebagai tempat peribadatan saja, (das sollen) dari perspektif pemberdayaan jamaah?
7.	Bagaimana proses pengelola mengumpulkan informasi tentang kondisi dan kebutuhan jamaah sebelum merancang program MMC?

Blok 2. Merencanakan & Menyusun Program (Cutlip Tahap 2)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana proses perencanaan program MMC dilakukan? Siapa saja yang terlibat dalam penyusunannya?
2.	Apa strategi komunikasi utama yang bapak gunakan untuk mensosialisasikan program MMC kepada masyarakat? Bagaimana pembagian peran antara ketua DKM, humas, dan panitia?
2.	Apa pesan kunci (<i>key message</i>) yang ingin disampaikan kepada jamaah melalui program MMC?
3.	Bagaimana pengelola menentukan target peserta, materi, durasi (2 hari 3 malam), dan struktur kegiatan MMCnya bagaimana?
4.	Bagaimana strategi pengelola mengintegrasikan nilai keagamaan (ibadah, kajian) ke dalam program pelatihan ekonomi digital ini?

Blok 3. Aksi & Komunikasi (Cutlip Tahap 3)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana proses komunikasi dijalankan selama pelaksanaan MMC berlangsung: kepada peserta, panitia, dan publik luar?
2.	Saluran komunikasi apa saja yang digunakan pengelola dalam mempromosikan dan menjalankan program MMC?
3.	Bagaimana pengelola membangun kepercayaan (<i>trust</i>) jamaah terhadap inovasi TikTok <i>Affiliate</i> yang berbasis digital?
4.	Bagaimana pengelola menangani resistensi atau keraguan jamaah yang muncul selama program berlangsung?
5.	Bagaimana Anda membangun kepercayaan jamaah terhadap program MMC, khususnya yang awalnya skeptis atau menganggap bahwa masjid tidak seharusnya mengurus urusan bisnis digital?

Blok 4. Evaluasi (Cutlip Tahap)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana pengelola mengevaluasi keberhasilan program MMC? Indikator apa yang digunakan?
2.	Apakah ada mekanisme <i>follow-up</i> terhadap peserta MMC pasca pelatihan? Seperti apa bentuknya?
3.	Apa capaian yang sudah diraih dan apa yang masih perlu diperbaiki dari program MMC saat ini?
4.	Apa hambatan terbesar yang pernah dihadapi selama pelaksanaan program MMC? Bagaimana cara mengatasinya?
5.	Bagaimana pengelolaan keuangan masjid saat ini? Seberapa besar kontribusi Badan Usaha Milik Masjid dibandingkan pemasukan dari ZISWAF?
6.	Apa rencana inovasi berikutnya setelah MMC? Apakah ada program digital lain yang sedang dipersiapkan?

PERTANYAAN: Bagaimana proses transformasi digital terjadi dalam pengelolaan Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC)?

Blok 5. Difusi Inovasi: Karakteristik Inovasi (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Menurut bapak, apa keunggulan nyata (<i>relative advantage</i>) TikTok <i>Affiliate</i> dibanding sumber penghasilan lain yang biasa digeluti jamaah?
2.	Bagaimana bapak memastikan bahwa program MMC sesuai (<i>compatible</i>) dengan nilai-nilai Islam dan budaya jamaah setempat?
3.	Bagaimana pengelola menyederhanakan kerumitan teknis (<i>complexity</i>) TikTok <i>Affiliate</i> agar dapat dipahami oleh jamaah awam digital?

No.	Pertanyaan
4.	Sejauh mana peserta diberi ruang untuk mencoba (<i>triability</i>) langsung praktik TikTok <i>Affiliate</i> selama MMC berlangsung?
5.	Bagaimana pengelola memperlihatkan hasil nyata (<i>observability</i>) dari inovasi ini kepada jamaah yang masih ragu?

Blok 6. Sistem Sosial & Saluran Komunikasi (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Siapa saja yang berperan sebagai <i>opinion leader</i> dalam mendorong penerimaan program MMC di kalangan jamaah?
2.	Bagaimana norma sosial dan nilai keagamaan komunitas masjid mempengaruhi kecepatan atau hambatan adopsi inovasi ini?
3.	Bagaimana pengelola memanfaatkan jaringan sosial (komunitas, alumni MMC) untuk menyebarkan inovasi ini?

Blok 7. Proses Waktu-adopsi inovasi (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana cara pengelola memastikan jamaah mendapatkan pengetahuan awal (<i>knowledge</i>) yang cukup tentang TikTok <i>Affiliate</i> dan program MMC sebelum mendaftar?
2.	Strategi persuasi apa yang digunakan pengelola untuk membentuk sikap positif (<i>persuasion</i>) jamaah terhadap inovasi TikTok <i>Affiliate</i> , khususnya bagi mereka yang awalnya skeptis?
3.	Bagaimana pengelola mendorong jamaah yang sudah tertarik agar benar-benar mengambil keputusan (<i>decision</i>) untuk bergabung dan mencoba TikTok <i>Affiliate</i> ?
4.	Apa bentuk pendampingan yang diberikan pengelola saat jamaah mulai mengimplementasikan (<i>implementation</i>) TikTok <i>Affiliate</i> secara mandiri pasca MMC?
5.	Bagaimana pengelola memastikan jamaah tidak berhenti di tengah jalan, melainkan terus menjalankan TikTok <i>Affiliate</i> hingga tahap konfirmasi (<i>confirmation</i>)? Apa buktinya?

PERTANYAN: Mengapa program Malam Mabait Cuan (MMC) dijadikan sebagai transformasi digital yang berdasarkan eksplorasi teknologi, perancangan strategi dan optimalisasi berkelanjutan pada Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut?

Blok 8. Eksplorasi Teknologi, Perancangan Strategi & Optimalisasi berkelanjutan (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana awalnya pengelola mengenal dan mengeksplorasi platform TikTok <i>Affiliate</i> sebagai potensi untuk transformasi digital masjid? Siapa atau apa yang menjadi sumber inspirasinya?
2.	Apa yang membuat pengelola meyakini bahwa TikTok <i>Affiliate</i> bukan platform digital lain yang paling tepat untuk dijadikan basis program pemberdayaan jamaah di masjid ini?
3.	Bagaimana proses pengelola memahami dan menguasai fitur-fitur teknis TikTok <i>Affiliate</i> (<i>live</i>

No.	Pertanyaan
	produk, komisi, akun showcase) sebelum merancang pelatihan MMC?
4.	Bagaimana pengelola merancang program MMC secara strategis: dari penetapan tujuan, desain kurikulum pelatihan, pemilihan narasumber, hingga jadwal pelaksanaan 2 hari 3 malam?
5.	Mengapa pengelola memilih format 'Malam Mabit' sebagai wadah pelatihan? Apa pertimbangan strategis di balik penggabungan kegiatan ibadah malam dengan pelatihan ekonomi digital?
6.	Bagaimana pengelola merancang strategi agar inovasi MMC dapat diterima oleh berbagai lapisan jamaah, mulai dari yang melek digital hingga yang sama sekali awam teknologi?
7.	Bagaimana peran Badan Usaha Milik Masjid dirancang sebagai bagian dari ekosistem transformasi digital masjid secara keseluruhan?
8.	Apakah program MMC yang berjalan saat ini sudah mengalami perubahan atau penyempurnaan dari format awal? Apa saja yang telah dioptimalkan dan apa alasannya?
9.	Bagaimana pengelola mengukur keberhasilan transformasi digital masjid ini secara berkelanjutan? Apa indikator atau target jangka panjang yang ditetapkan?
10.	Apa hambatan terbesar yang dihadapi dalam proses optimalisasi program MMC? Bagaimana strategi pengelola mengatasinya?
11.	Ke depan, bagaimana rencana pengembangan program MMC dan transformasi digital masjid agar semakin berkelanjutan dan berdampak lebih luas bagi jamaah?

Informan Utama 2 Anggrita Putra Utama (Humas & Panitia MMC)

PERTANYAAN: Bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC) untuk pengelolaan berbasis digital?

Blok 1 — Merencanakan & Aksi Komunikasi (Cutlip Tahap 2 & 3)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana Saudara merancang strategi komunikasi dan promosi untuk menarik jamaah mengikuti program MMC?
2.	Media dan <i>platform</i> apa yang paling efektif digunakan untuk promosi MMC? Mengapa memilih <i>platform</i> tersebut?
3.	Bagaimana pengelolaan komunikasi internal panitia selama MMC berlangsung?
4.	Pesan utama apa yang konsisten Saudara sampaikan kepada publik tentang masjid <i>affiliate</i> ini?

Blok 2. Saluran Komunikasi & Sistem Sosial (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana Saudara memanfaatkan TikTok, WhatsApp, dan media sosial lainnya sebagai saluran penyebaran inovasi MMC?
2.	Apakah ada perbedaan efektivitas antara promosi melalui media digital versus komunikasi mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) dalam menjangkau jamaah?

No.	Pertanyaan
3.	Bagaimana masjid mengelola citra (<i>image</i>) sebagai masjid <i>affiliate</i> di tengah masyarakat yang masih konvensional?
4.	Bagaimana respon dan <i>feedback</i> yang diterima dari jamaah dan masyarakat luas terhadap program MMC?

Blok 3. Evaluasi Komunikasi (Cutlip Tahap 4)

No.	Pertanyaan
1.	Apakah ada mekanisme evaluasi komunikasi dan promosi yang dilakukan setelah setiap penyelenggaraan MMC?
2.	Apa indikator keberhasilan komunikasi yang Saudara gunakan untuk menilai efektivitas penyebaran program MMC?

PERTANYAAN: Bagaimana proses transformasi digital terjadi dalam pengelolaan Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC)?

Blok4. Proses Waktu Adopsi Inovasi (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana upaya Saudara dalam memastikan informasi tentang program MMC dan TikTok <i>Affiliate</i> menjangkau jamaah yang belum tahu sama sekali (tahap <i>knowledge</i>)?
2.	Teknik persuasi apa yang Saudara gunakan dalam komunikasi promosi MMC agar jamaah tidak hanya tahu, tetapi juga tertarik (<i>persuasion</i>) untuk mendaftar?
3.	Adakah momen atau titik kritis dalam komunikasi promosi di mana jamaah beralih dari sekadar tertarik menjadi benar-benar memutuskan (<i>decision</i>) untuk hadir di MMC?
4.	Bagaimana Saudara mendampingi peserta MMC agar mereka benar-benar mulai menjalankan (<i>implementation</i>) TikTok <i>Affiliate</i> setelah pelatihan selesai?
5.	Apakah ada program komunikasi lanjutan untuk memastikan peserta yang sudah mencoba tetap konsisten (<i>confirmation</i>) menjalankan TikTok <i>Affiliate</i> ? Seperti apa bentuknya?

Blok 5. Saluran Komunikasi & Sistem Sosial (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana Saudara memanfaatkan TikTok, WhatsApp, dan media sosial lainnya sebagai saluran penyebaran inovasi MMC kepada jamaah dan publik?
2.	Apakah ada perbedaan efektivitas antara promosi melalui media digital versus komunikasi mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) dalam menjangkau jamaah?
3.	Bagaimana masjid mengelola citra (<i>image</i>) sebagai masjid <i>affiliate</i> di tengah masyarakat yang masih konvensional?
4.	Siapa tokoh atau figur yang paling berpengaruh (<i>opinion leader</i>) dalam mendorong jamaah

No.	Pertanyaan
	bergabung ke program MMC?

PERTANYAAN: Mengapa program Malam Mablit Cuan (MMC) dijadikan sebagai transformasi digital yang berdasarkan eksplorasi teknologi, perancangan strategi dan optimalisasi berkelanjutan pada Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut?

No.	Pertanyaan
1.	Dari sisi teknis dan operasional, bagaimana Saudara mempersiapkan infrastruktur digital (perangkat, koneksi, platform) untuk mendukung pelaksanaan MMC?
2.	Bagaimana Saudara merancang konten komunikasi dan promosi MMC agar sesuai dengan karakteristik jamaah yang beragam latar belakang digitalnya?
3.	Apa perubahan teknis atau strategi komunikasi yang sudah dilakukan dari penyelenggaraan MMC sebelumnya sebagai bentuk optimalisasi?
4.	Bagaimana Saudara mengukur efektivitas komunikasi program MMC? Apa indikator yang digunakan dan bagaimana hasilnya sejauh ini?

Informan Ahli 1 - Sohendi(Top Affiliator TikTok)

PERTANYAAN: Bagaimana proses transformasi digital terjadi dalam pengelolaan Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mablit Cuan (MMC)?

Blok 1. Karakteristik Inovasi TikTok Affiliate (Rogers)

1.	Dari pengalaman Bapak, apa keunggulan nyata (<i>relative advantage</i>) TikTok Affiliate dibanding <i>platform e-commerce</i> atau bisnis digital lainnya?
2.	Seberapa mudah atau sulit (<i>complexity</i>) seseorang yang baru memulai untuk memahami dan menjalankan TikTok Affiliate?
3.	Seberapa penting praktik langsung (<i>trialability</i>) bagi pemula dalam belajar TikTok Affiliate? Apakah format MMC 2 hari 3 malam cukup memadai?
4.	Bagaimana cara terbaik memperlihatkan hasil nyata (<i>observability</i>) kepada calon affiliator agar mereka mau mencoba?

Blok 2. Proses Waktu Adopsi & Sistem Sosial (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Dari pengamatan Bapak, apa hambatan terbesar yang membuat seseorang berhenti di tahap <i>decision</i> atau <i>implementation</i> dalam TikTok <i>Affiliate</i> ?
2.	Bagaimana peran komunitas atau jaringan (<i>network</i>) dalam mendukung seseorang yang baru

No.	Pertanyaan
	mengadopsi TikTok Affiliate?
3.	Bagaimana Bapak menilai pendekatan program MMC yang mengintegrasikan pelatihan ekonomi digital dengan lingkungan masjid dan nilai keagamaan?

PERTANYAAN: Mengapa program Malam Mabit Cuan (MMC) dijadikan sebagai transformasi digital yang berdasarkan eksplorasi teknologi, perancangan strategi dan optimalisasi berkelanjutan pada Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut?

Blok 3. Eksplorasi teknologi, perancangan strategi dan optimalisasi berkelanjutan

No.	Pertanyaan
1.	Menurut Bapak, seberapa penting sebuah komunitas atau lembaga seperti masjid dalam menguasai dan mengeksplorasi teknologi baru seperti TikTok <i>Affiliate</i> sebelum mengajarkannya?
2.	Apa strategi optimalisasi yang Bapak rekomendasikan agar program pelatihan seperti MMC dapat menghasilkan affiliator yang benar-benar konsisten dan sukses jangka panjang?

Informan Ahli 2 - Cecep Supriadi (Ketua DKM Masjid Konvensional)

PERTANYAAN: Bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC) untuk pengelolaan berbasis digital?

Blok 1. Mendefinisikan Masalah & Sistem Sosial (Cutlip + Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Menurut Bapak, apa fungsi ideal (das sollen) masjid secara normatif dalam Islam dan kehidupan masyarakat?
2.	Bagaimana Bapak memandang fenomena masjid <i>affiliate</i> yang menjadikan pelatihan TikTok <i>Affiliate</i> sebagai program utamanya?
3.	Dari sudut pandang Bapak, apakah inovasi seperti program MMC sesuai (<i>compatible</i>) atau bertentangan dengan nilai dan fungsi masjid?
4.	Norma sosial dan pandangan keagamaan seperti apa yang menurut Bapak dapat mendukung atau menghambat adopsi inovasi digital di masjid?

Blok 2. Evaluasi & Komparasi (Cutlip Tahap 4)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana kondisi keuangan masjid yang Bapak kelola? Apakah pemasukan dari ZISWAF sudah mencukupi kebutuhan operasional dan program masjid?

No.	Pertanyaan
2.	Apakah Bapak pernah mempertimbangkan inovasi serupa untuk mengembangkan masjid yang Bapak pimpin? Apa hambatan yang dirasakan?
3.	Bagaimana menurut Bapak idealnya keseimbangan antara fungsi spiritual dan fungsi sosial-ekonomi masjid di era digital ini?
4.	Jika masjid konvensional ingin bertransformasi digital seperti Masjid Al-Kahfi Bunut, eksplorasi teknologi dan strategi apa yang menurut Bapak harus dipersiapkan terlebih dahulu?

Informan Pendukung - Hendra / Armansyah / Agung (Peserta MMC)

PERTANYAAN: Bagaimana proses transformasi digital terjadi dalam pengelolaan Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mablit Cuan (MMC)?

Blok 1. Proses Waktu: *Knowledge & Persuasion* (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana Bapak/Ibu/Saudara pertama kali mengetahui program Malam Mablit Cuan (MMC)? Dari siapa atau melalui media apa?
2.	Apa yang menjadi motivasi utama untuk mendaftar dan mengikuti program MMC?
3.	Sebelum mengikuti MMC, bagaimana pandangan awal Bapak/Ibu/Saudara tentang TikTok <i>Affiliate</i> ? Apakah tertarik, ragu, atau bahkan menolak?
4.	Momen atau informasi apa selama MMC yang paling meyakinkan Bapak/Ibu/Saudara bahwa TikTok <i>Affiliate</i> adalah peluang nyata?

Blok 2. Proses Waktu: *Decision & Implementation* (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana Bapak/Ibu/Saudara akhirnya memutuskan untuk mencoba (atau tidak mencoba) TikTok <i>Affiliate</i> setelah mengikuti MMC?
2.	Setelah MMC, apakah Bapak/Ibu/Saudara sudah mulai menjalankan TikTok <i>Affiliate</i> ? Seperti apa pengalaman awalnya?
3.	Apa hambatan teknis atau non-teknis yang ditemui saat mencoba mempraktikkan TikTok <i>Affiliate</i> secara mandiri?

Blok 3. Konfirmasi & Karakteristik Inovasi (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Apakah setelah mencoba, Bapak/Ibu/Saudara merasa program MMC memberikan keunggulan nyata dibanding cara lain dalam mencari penghasilan?
2.	Bagaimana perasaan Bapak/Ibu/Saudara terhadap integrasi antara kegiatan ibadah (shalat berjamaah, kultum) dan pelatihan ekonomi digital dalam MMC?
3.	Apakah Bapak/Ibu/Saudara merekomendasikan program MMC kepada orang lain? Apa alasannya?

No.	Pertanyaan
4.	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara untuk perbaikan program MMC ke depannya?

Blok 4 — Saluran Komunikasi & Sistem Sosial (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Apakah ada anggota keluarga, teman, atau tokoh masjid yang turut mempengaruhi keputusan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengikuti MMC?
2.	Setelah MMC, apakah ada komunitas atau grup yang membantu Bapak/Ibu/Saudara dalam menjalankan TikTok <i>Affiliate</i> ?
3.	Bagaimana pandangan Bapak/Ibu/Saudara tentang masjid yang tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga pusat pemberdayaan ekonomi digital?

PERTANYAAN: Bagaimana proses transformasi digital terjadi dalam pengelolaan Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mabit Cuan (MMC)?

Blok 5. Perspektif Peserta terhadap Eksplorasi, Strategi & Optimalisasi MMC (Rogers)

No.	Pertanyaan
1.	Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah pengelola masjid tampak benar-benar menguasai teknologi TikTok <i>Affiliate</i> saat mengajar di MMC? Apa yang memberi kesan tersebut?
2.	Apakah desain dan alur program MMC (materi, praktik, ibadah, sharing) terasa terencana dan strategis? Bagian mana yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling efektif?
3.	Jika dibandingkan dengan program pelatihan lain yang pernah diikuti, apa yang membuat MMC terasa berbeda dan layak untuk diikuti kembali atau direkomendasikan?
4.	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara untuk perbaikan dan pengembangan program MMC agar semakin baik ke depannya?

A. PENDAHULUAN & KERANGKA TEORI

Pedoman ini menjadi acuan pengumpulan data lapangan melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam. Penelitian bersifat kualitatif studi kasus, difokuskan pada proses transformasi digital Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut melalui program Malam Mablit Cuan (MMC).

Dua Teori Utama

1. Teori Manajemen Komunikasi (Cutlip, Center & Broom, 2013)

Tahap	Deskripsi & Relevansi Penelitian
1. Mendefinisikan Masalah	Mengidentifikasi kesenjangan antara fungsi normatif masjid (das sollen) dengan realitas masjid affiliate (das sein) dan kebutuhan pemberdayaan ekonomi jamaah.
2. Merencanakan & Menyusun Program	Merancang strategi komunikasi dan program MMC: penetapan target jamaah, pesan kunci, media yang digunakan, dan perencanaan kegiatan 2 hari 3 malam.
3. Aksi & Komunikasi	Pelaksanaan program MMC secara nyata: penyampaian materi, sesi <i>sharing</i> , praktik konten TikTok, dan integrasi ibadah.
4. Evaluasi	Penilaian efektivitas program MMC dari sisi partisipasi jamaah, adopsi teknologi, dampak ekonomi, dan keberlanjutan program.

2. Teori Difusi Inovasi (Everett M. Rogers, 2003)

Dimensi	Elemen	Relevansi dalam Program MMC
Karakteristik Inovasi	<i>Relative Advantage</i>	Keunggulan MMC dibanding cara konvensional: sumber penghasilan baru, fleksibel, berbasis digital.
	<i>Compatibility</i>	Kesesuaian program MMC dengan nilai Islam, budaya jamaah, dan kebutuhan ekonomi umat.
	<i>Complexity</i>	Tingkat kerumitan teknologi TikTok Affiliate bagi jamaah yang belum berpengalaman digital.
	<i>Triability</i>	Kemampuan peserta untuk mencoba langsung (praktik akun, konten) selama MMC.
	<i>Observability</i>	Visibilitas hasil nyata: jamaah melihat langsung penghasilan affilior sukses yang hadir <i>sharing</i> .
Proses Waktu	<i>Knowledge</i>	Tahap jamaah pertama kali mengenal program MMC dan TikTok <i>Affiliate</i> .
	<i>Persuasion</i>	Proses pembentukan sikap positif jamaah melalui komunikasi pengelola dan <i>sharing</i> affilior.
	<i>Decision</i>	Keputusan jamaah untuk menerima atau menolak program MMC sebagai inovasi.

Dimensi	Elemen	Relevansi dalam Program MMC
	<i>Implementation</i>	Jamaah mulai menjalankan TikTok <i>Affiliate</i> pasca mengikuti pelatihan MMC.
	<i>Confirmation</i>	Evaluasi pasca-adopsi: apakah jamaah melanjutkan atau berhenti menjalankan <i>affiliate</i> ?
Saluran Komunikasi	Interpersonal & Media Digital	Penggunaan komunikasi tatap muka, WhatsApp, TikTok, dan media sosial dalam diseminasi program MMC.
Sistem Sosial	Norma, <i>Opinion Leader</i> , <i>Jaringan</i>	Peran DKM, ustaz, dan top affliator sebagai opinion leader; norma sosial keagamaan sebagai konteks adopsi.

3. Cek List Observasi

Dimensi Observasi 1: Proses Pelaksanaan Program MMC	
Aspek yang Diamati	Ceklis
1. Tahapan kegiatan MMC: pembukaan, pemaparan materi, sesi sharing affliator sukses, praktik langsung (pembuatan akun, konten produk), serta kegiatan ibadah bersama	✓
2. Cara pemateri menyampaikan materi TikTok <i>Affiliate</i> kepada jamaah	✓
3. Metode dan media yang digunakan dalam pelatihan (demo langsung, proyeksi layar, kelompok kecil, dll)	✓
4. Dinamika interaksi antara pengelola, pemateri, dan peserta selama kegiatan	✓
5. Bagaimana kegiatan ibadah (kultum, shalat berjamaah) diintegrasikan ke dalam jadwal pelatihan	✓
6. Tingkat antusias dan partisipasi peserta (aktif bertanya, mencoba praktik, dll)	✓
7. Hambatan teknis yang muncul selama pelaksanaan (jaringan, perangkat, dll)	✓
✓ 7/7 aspek teramati	

Dimensi Observasi 2: Manajemen Komunikasi Pengelola Masjid	
Aspek yang Diamati	Ceklis
1. Cara pengelola masjid mengumumkan dan mempromosikan program MMC kepada jamaah (media sosial, WhatsApp Group, pengumuman langsung, dll)	✓
2. Pola komunikasi antara ketua DKM, humas masjid, dan panitia MMC	✓
3. Bagaimana pengelola merespons pertanyaan, keluhan, atau masukan peserta	✓
4. Strategi persuasi yang digunakan untuk meyakinkan jamaah agar mengikuti MMC	✓

5. Penggunaan media digital (story Instagram, video TikTok, broadcast WhatsApp) untuk komunikasi program	✓
6. Mekanisme evaluasi dan umpan balik setelah program MMC selesai	✓
✓ 6/6 aspek teramati	

Dimensi Observasi 3: Proses Difusi dan Adopsi Inovasi oleh Jamaah	
Aspek yang Diamati	Ceklis
1. Seberapa cepat peserta mampu mengikuti instruksi pelatihan TikTok <i>Affiliate</i>	✓
2. Reaksi peserta saat pertama kali mengenal konsep TikTok <i>Affiliate</i> di masjid	✓
3. Kelompok peserta yang cepat mengadopsi vs. yang ragu-ragu atau menolak	✓
4. Bentuk dukungan sosial (sesama peserta, panitia) yang mendorong adopsi inovasi	✓
5. Apakah ada peserta yang langsung mulai praktik setelah pelatihan	✓
6. Peran testimonial affiliator sukses dalam memengaruhi keputusan peserta	✓
✓ 6/6 aspek teramati	
Total Keseluruhan Aspek Observasi	19/19 ✓

Lampiran 1. 6 Transkrip Hasil Wawancara

Transkrip Wawancara Ketua DKM

Hari/ Tanggal : Senin, 25 Mei 2026
 Tempat : Ruang Kerja (Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut)
 Waktu : 14.30 – 15.24
 Durasi : 54 Menit, 22 Detik
 Dokumentasi :



Profil Singkat Narasumber

Peneliti: Bismillah. Eee... tiasa, bisa diperkenalkan diri sama mungkin riwayat hidup yang singkat?

Azka: *Bismillahirrahmanirrahim..* Perkenalkan nama saya Azka Dwi Ansori. Eee, saya sekarang di Amanahi sebagai ketua DKM Masjid *Affiliate*. Saya lahir di Bandung 13 Februari 2001. Eee.. TK di Al Barkah. Kemudian SD di SD Kianglong kedua, dilanjut MTS Persis 31 Banjaran, dilanjut Madrasah Aliyah PPI 31 Banjaran.

Fahma: Perjalanan jadi ketua DKM sejak tahun berapa?

Azka: Oh, jadi sebetulnya kalau misalkan dimulai dari ketua DKM itu fokusnya tahun 2024. Gitu. Nah, cuman masjid ini dibangun dari tahun 2019. Nah, jadi dari tahun 2019 sampai tahun 2024 itu Masjid ini itu hanya sebagai tempat ibadah buat karyawan PT Cerebrum. Nah, alhamdulillah sekitar tahun 2023 mungkin dikasih petunjuklah untuk fokus ngelola masjid. Akhirnya di tahun 2024 awal saya diamanahi jadi ketua DKM Masjid *Affiliate*.

Pertanyaan inti:

Fahma: Buat pertanyaan yang pertama, bisa diceritain latar belakang dan sejarah berdirinya yang tadi mungkin sekilas ya. Terus yang melatar belakangi keputusan dari Aa sendiri untuk mengubah masjid ini menjadi masjid digital?

Azka: Oke, jadi sebetulnya latar belakang kalau misalkan dari segi data di Indonesia itu kan sekarang manusia itu banyak, kurang lebih ada sekitar 200 juta orang dan dari segi data juga kurang lebih sudah ada sekitar setengah populasi di Indonesia itu sudah punya aplikasi TikTok. Nah dari segi data kan itu sangat potensial, sedangkan *Affiliator* itu sekarang kurang lebih sekitar ada, masih lah sedikit beberapa juta. Nah jadi akhirnya kita melihat dari segi data itu, akhirnya kita coba buat fokus di dunia digital gitu.

Fahma: Terus ya selanjutnya, masalah atau kebutuhan utama yang Aa identifikasi sehingga muncul adanya program MMC?

Azka: Ohh.. okey. Nah intinya masalah yang paling utama utama itu ya cuan, gak punya duit, gitu. Nah, kalau misalkan kita nyari kerja itu kan biasanya prosesnya agak lama sedangkan kalau misalkan di *affiliate* ini, kita bisa dikatakan cepat begitu Kita hanya fokus bagaimana caranya 600 *followers*, Kalau udah bisa 600 *follower*, kita sudah bisa mulai fokus di *affiliate* kayak gitu.

Fahma: Tadi kan tahun berarti 2019 ya? Berarti masih menjadi konvensional sampai di tahun 2023? Berarti itu pengelolaannya Sebelumnya kayak bagaimana?

Azka: Nah, kalau dari tahun 2019 sampai tahun 2023 pengelolaannya kalau dari segi pengurus udah ada, cuma pengurus ini memang bener-bener gak fokus ngurus masjid karena pekerjaan utama itu kerja di PT Cerebrum yang depan, Jadi untuk mengolah masjid ini itu hanya bisa dikatakan sisa waktu aja. Kalau misalkan ada sisa waktu luang baru ngurus masjid.

Fahma: Berarti penghasilannya masih kayak dari Jiswaf, dari Jakat, Infak, Shadaqoh?

Azka: Betul, dari kotak-kotak amal kebanyakan.

Fahma: Terus yang selanjutnya nih, dari idenya A, program MMC ini tercetusnya kayak gimana? Siapa yang paling berperan di dalam program ini itu siapa? Terus apakah si sistem *Affiliate* ini sesuai tidak dengan konsep syariah?

Azka: Oke. idenya acara MMC ini tercetus jadi acara ini dibuat pertengahan tahun 2024 Nah, Kenapa acara ini dibuat? Nah, jadi pada saat itu bertepatan dengan setelah bulan Ramadan. Nah, kita mikir bagaimana caranya masjid bisa rame lagi. Nah, akhirnya kita coba diskusi-diskusi ya. Dan di sini juga, di sekitar masjid ada orang yang bunuh diri. Ya, ada orang yang bunuh diri. Ternyata setelah kita cari tahu bunuh dirinya itu karena apa, karena hutang. Utangnya itu 1,6 juta sebetulnya Nah ini kan sangat perhatiin ya Akhirnya kita coba ngobrol sama tim atau teman-teman terdekat yang ada di masjid Nah kita punya teman namanya itu om blek kan ya Om blek ini di tahun 2024 awal ngerintis Tiktok *Affiliate*. Nah, dia sudah berhasil, langsung berhasil, ngerintis Tiktok *Affiliate* dan langsung berhasil. Dia 3 bulan itu GMP-nya 1 miliar, berarti komisinya kan sekitar 10%, berarti 300 juta. Nah, selama 3 bulan, dia menghasilkan uang 300 juta, begitulah. Berarti 10, 130 juta lah, kan GMP-nya 100 juta, 1 miliar Komisi 10%, berarti 100 juta, berarti sebulan itu dia menghasilkan 30 juta Ngobrol sama om Black, akhirnya gimana kalau misalkan bikin acara belajar TikTok affiliate di masjid Nah, awalnya tuh kayak gitu, barulah dirangkailah namanya Barulah muncul Namanya itu awalnya Malam Minggu Cuan dan sekarang berubah menjadi Malam Mabrit cuan, kayak gitu

Fahma: Terus konsep Affiliate ini menurut Aa sesuai dengan konsep syariah?

Azka: Konsep dengan syariah, kalau menurut saya sesuai karena kan affiliate ini sebetulnya sudah ada di dalam sistem islam ya, kalau misalkan nama sistemnya itu apa di dalam islam apa saya kurang tahu tapi kalau misalkan di dalam sistem jual beli itu “makelar” atau calo Nah, tapi si Calo ini sekarang itu sistemnya yang asalnya dulu itu, konvensional sekarang sistemnya diubah jadi ke dunia digital. Nah, kalau misalkan ini syariah atau enggak, menurut saya tergantung orang yang bikin kontennya sama orang yang bikinproduknya. Kalau misalkan orang yang bikin produknya benar-benar sesuai dengan misalkan deskripsinya, ditambah dengan sesuai dengan orang yang ngonteninnya jujur, benar begitu ya, deskripsinya sesuai, ngejelasinya sesuai, nah itu syariah. Tapi kalau misalkan, kan banyak ada beberapa juga afiliator yang bisa dikatakan ya mungkin tidak sesuai dengan deskripsi produk. Misalkan produknya bukan bahan katun tapi dia ngejelasinnya bahan katun nah itu bisa dikatakan lah nggak sesuai dengan syariah karena apa? karena nggak jujur gitu dan bisa jadi kan kalau misalkan nggak jujur ya nanti pemasukan juga nggak halal kayak gitu jadi menurut saya ini bisa dikatakan syariah ya tapi sistem dalam islamnya gak tau apa Namanya ya Nah, yang ngebedain syariah atau tidak itu ya tergantung dari tokonya sama afiliatornya ketika bikin produk sama bikin kontennya. Apakah sesuai dengan yang dijanjikan atau tidak. Kalau misalkan nggak sesuai berarti tidak syariah kayak gitu.

Pahma: Kalau misalnya dari pertama perencanaan MMC A, yang hadir itu kira-kira siapa aja terus yang pertama ngegagas itu sebetulnya siapa?

Azka: Nah, sebetulnya yang ngegagas ada beberapa ya yang ngegagas itu ada tim masjid kemudian ada om blek yang tadi kemudian ada pak adit ya pak adit ini pembimbing kita di masjid affiliate, kemudian

yang berikutnya ada pak cemil nah jadi ketiga orang itu keempat lah keempat sama tim masjid yang benar-bener ngegagas ngadain acara belajar tiktok afiliasi di masjid atau MMC ini nah pertama yang hadir cuman 20 orang sih sedikit 20 orang gitu.

Pahma: Apa sih yang pertama muncul ide dari siapa gitu yang ngegegas itu kira-kira ngegas bagaimana dari program MMC itu?

Azka: oh iya sebetulnya yang benar-bener ngegagasmah A Adit, Pak Adit. Jadi kan yang tadi ada bunuh diri. Oh, kalau misalkan ada yang bunuh diri, berarti kita harus bagaimana caranya ngelatih orang-orang supaya bisa dapetin uang. Nah, awalnya begitu kayak gitu. Gimana caranya Masjid bisa bikin program pemberdayaan supaya orang bisa dapat duit, dapatin cuan. Alhamdulillah kenal sama Om Blek. Nah, Om Blek ini sudah ngerintis TikTok Affiliate. Nah, akhirnya klop tuh. Kita rencananya mau bikin program pemberdayaan, om blek udah *start* tiktok Affiliate kayaknya dipadu padangkan gitu bikin acara MMC malam minggu cuan gitu A Adit ingin fokus ke program pemberdayaannya, om blek dia sudah jadi praktisi tiktok afiliasi gitu

Pahma: Kan 20 orang tuh, selain AA, siapa lagi yang hadir?

Azka: 20 orang sih kebanyakan waktu awal emang teman-teman terdekat gitu. Hanya *share-share* poster, teman-teman terdekat, orang-orang yang kerja di PT Cerebrum sama tim-tim masjid Sama mungkin ada kebanyakan sih tambahan-tambahan keluarga.

Pahma: Berarti yang pertama ngegagastuh A Adit, berarti yang melaksanakannya langsung sama Aa? di eksekusinya.

Azka: Dieksekusi sama tim masjid. Om Blek, A Adit, sama A Cemil. itu bisa sebagai pembicara, kalau misalkan eksekutor di lapangan yang bikinnya jadi kepenentiannya itu tim masjid.

Pahma: Terus yang selanjutnya nih A, ada visi jangka panjang untuk masjid ini apa? Terus apakah MMC ini itu berkontribusi pada visi yang udah dirancang?

Azka: jadi Visi kita ingin jadi masjid level 5 jadi masjid level 5 itu masjid yang tidak hanya sebagai tempat ibadah ritual tapi masjid yang bisa membantu banyak orang bahkan ngebantu masjid-masjid lainnya supaya jadi naik level. Jadi masjid itu menurut kita ada lima level. Level pertama, Masjid yang hanya sebagai tempat ibadah ritual aja (baca Qur'an sama waktu salat lima waktu), biasanya selebihnya itu dikunci masjidnya. Masjid level 2 udah ada perputaran uang. Uangnya dari mana? dari kotak amal-kotak amal begitu. Masjid level 3 udah ada badan usahanya atau BUMM. Tapi dari BUMM ini hanya baru bisa menutupi operasional masjid aja. Nah masjid level 4, badan usahanya udah besar gitu. Udah dikelola oleh manajemen yang profesional. jadi kalau misalkan polanya itu kan kebanyakan perusahaan punya masjid nah kalau masjid level 4 polanya masjid terbalik, masjid punya perusahaan. Nah kemudian, level 5 nah level 5 ini inti dari segi data di indonesia itu ada 800 ribu masjid ada 200 ribu mushola Cuman permasalahannya itu yang tadi, masih ada level 1, level 2, level 3 dan seterusnya. Nah, bagaimana caranya masjid level 5 ini bisa ngesupport masjid-masjid lainnya buat naik level, kayak gitu.

Pahma: Nah, program MMC ini berkontribusi gak?

Azka: Berkontribusi. Jadi yang pertama kita visinya ingin menjadi masjid level 5 yang bisa melahirkan 1 juta pengusaha, *seller* atau Affiliator yang GMV-nya atau omsetnya itu sebulan itu minimal 1 miliar komisinya itu 100 juta per bulan yang mencintai masjid jadi itu emang udah jadi kaya apa ya, kaya koin lah gitu jadi kita ingin jadi masjid level 5 dan kita juga ingin menciptakan atau melahirkan 1 juta pengusaha, *seller* atau Afiliator.

Pahma: Terus yang selanjutnya nih A, bagaimana proses transformasi digital di masjid ini berlangsung bertahap? dari mana sumber dayanya? Terus, Instratuktur, dananya diperoleh, awal dari MMC?

Azka: Oke, jadi, dikarenakan kita basisnya di sini Masjid Yayasan, emang dari awal itu buat pertama kalinya di *support* dari yayasan dananya itu. Nah, ya sebetulnya ketika pertama 2024 yang bener-bener fokus ngelola masjid itu ya bisa dikatakan cuma Ketua DKM sama ada tim lah, beberapa lah Ketua DKM sama tim operasional aja gitu Nah, Cuma itu aja gitu. Nah, terkait dengan transformasinya, ya Alhamdulillah seiring berjalannya waktu kita ada acara MMC tea (gitu), belajar *affiliate*. Akhirnya ada teman lah singkatnya lah, ada temen yang punya pabrik gitu, pabrik perabotan, akhirnya kita kerja sama, Alhamdulillah dari pengelolaan usaha tersebut ada untungnya. Untungnya buat apa? Buat sumber dana ke masjid. Jadi akhirnya dari situ masjid bisa ngehayar beberapa orang buat fokus ke SDM-nya gitu.

Pahma: Terus yang selanjutnya nih, ee.. bagaimana AA digambarkan kesenjangan antara fungsi masjid yang selama ini? Masjid Affiliate kan dijadikan tempat pemberdayaan ekonomi, sedangkan biasanya kan masjid itu yang orang tau itu dijadikan sebagai tempat ibadah saja. Dari perspektif pemberdayaan jamaah. Menurut pandangan Aa, kayak bagaimana?

Azka: Oke, ya jadi ini gak tau dari kapan nih ada perubahan perspektif terkait dengan fungsi masjid. Jadi kalau misalkan dilihat zaman Rasulullah, fungsi masjid itu memang benar-benar luas gitu. Ketika Rasulullah ngelola masjid ya. Jadi kan masjid itu sebagai pusat peradaban. Jadi tidak hanya sebagai tempat ibadah ritual aja. Bahkan Rasulullah ngebahas politik juga di masjid, ngebahas tentang pertahanan di masjid, ngebahas tentang strategi perang di masjid. Jadi masjid the (itu) memang benar-benar benar luas gitu. Nah, nggak tahu bagaimana itu, tiba-tiba ada kesenjangan fungsi masjid, yang orang paham itu masjid itu sekarang itu hanya sebagai tempat ibadah ritual aja gitu nah dari situ ya ada kesenjangan eee... pemahaman orang-orang tentang fungsi masjid ya sehingga dengan adanya masjid Affiliate itu. Dengan adanya masjid Affiliate ini orang-orang itu skeptis lah gitu Masjid “emang boleh misalkan jadi tempat belajar TikTok *Affiliate* gitu kan masjid mah nggak boleh berbisnis lah,” banyak sekali lah kata-kata yang seperti itu tapi dikarenakan kita sudah tahu pada dasarnya dan kita engga melanggar syariat akhirnya kita ya terus aja, berlangsung aja. Nah nanti biasanya kalau misalkan ada orang-orang yang skeptis kayak gitu nanti kan biasanya dia tambah penasaran kan, kalau penasaran dia datang ke masjid sama cerita tentang masjid. Sehingga ketika nyari tau tentang masjid, ya tanyain langsung ke, biasanya selalu nanyain langsung ke pengurusnya sih, nanyain langsung ke pengurusnya, pengurusnya ngejelasin tentang masjid itu kayak bagaimana, ya akhirnya dia juga paham gitu.

Pahma: Terus yang selanjutnya nih, eee.. bagaimana proses pengelolaan mengumpulkan informasi tentang kondisi dan kebutuhan jamaah sebelum merencanakan program? Mungkin dari yang itu ya, yang dari latar belakang orang yang bunuh diri ya?

Azka: Pengelolaan pengumpulan informasinya, oh iya. Jadi intinya sih, kita kalau misalkan dari segi betul-betul merancang, memang awalnya itu gak benar-benar dirancang gitu harus pakai bisnis model kanpas dan lain-lain. Nah, fokus kita itu intinya kebermanfaatan. Gimana caranya bisa bermanfaat untuk banyak orang yang asalnya enggak bisa dapetin duit (uang), yang asal enggak punya duit bisa dapetin duit (uang). Nah, fokus kita ke situ aja. Nah, makanya kita sampai sekarang itu ingin fokus kebantu orang agar bisa ngedapetin penghasilan. dan sampai sekarang pun acara MMC itu memang gak berbayar. Karena apa? Karena kita fokusnya kekebermanfaatan, kayak gitu.

Pahma: Oke, selanjutnya. Ekhemm...Nah, bagaimana proses perencanaan program MMC? Kalau yang tadi mah udah ya, ini mah dilaksanakannya luring, di Masjid, ada 20 orang pengurus, terus ada Om Blek, Kang Cemil, sama A Adit, ya. Nah, setelah itu, setelah perancangan, terus didistribusikan kepada *audiens* itu kayak bagaimana tuh?

Azka: Jadi untuk konsep acaranya, sebetulnya kita kayak *workshop-workshop* kayak gitu Jadi nanti ketika awal itu, yang ngisi itu cuma ada 2 orang A Adit sama Acemil, A Adit sama Omlek gitu. Nah, A Adit

ngejelasin tentang bisnisnya, Omlek ngejelasin tentang TikTok *affiliate*-nya. Jadi kurang lebih untuk penyampaian materinya cuma satu arah, tapi nanti di akhir ada tanya-jawab gitu. Gitu Pahma.

Pahma: Okee, Terus yang selanjutnya, strategi komunikasi utama yang Aa gunakan untuk mensosialisasikan program MMC kepada masyarakat. Bagaimana pembagian peran antara ketua DKM, HUMAS maupun panitiannya?

Azka: oke, kalau misalkan buat sekarang cara mensosialisasikannya kita lebih fokus ke digital gitu, sama data base, data base yang kita punya sama tim masjid supaya dia benar-bener mensosialisasikan acara ini dengan cara bikin SW nah gitu, pembagian peran ketua DKM, Humas, nah berarti biasanya ketua DKM sih karena kita waktu dulu memang sudah benar-bener fokus untuk ngelola eee...acara MMC ini, jadi sekarang itu dikarenakan sudah ada tim khususnya, jadi sekarang kita gak terlalu turun bener di lapangan, terkait dengan pengolahan acara MMC ini. Nah kalau misalkan Humas, Humas itu biasanya yang lebih ke sosialisasi ke warga sekitar, sama sosialisasi ke pemerintah pemerintahan sekitar. Nah kalau misalkan panitia, panitia benar-bener fokus di acara inti ketika MMC benar-bener di *handle* sama panitia.

Pahma: Panitinya jadi ini ya sama *volunteer* gitu?

Azka: Betul, untuk panitinya alhamdulillah sekarang kita bisa memberdayakan relawan-relawan lah anak-anak muda yang mau fokus ngebantu masjid sama kita diberdayakan, gitu.

Pahma: Oke. Yang selanjutnya nih A, pesan kunci yang ingin disampaikan kepada jamaah melalui program MMC?

Azka: Yang pertama, jadi kita ingin ngasih tau ya ke jamaah itu bahwa untuk mendapatkan duit (uang) itu sekarang gak harus hanya bekerja di pabrik, gak harus keluar rumah, gak harus panas-panasan intinya dengan cara bikin konten juga dia bisa menghasilkan gitu.. jadi kan bisa dikarnakan ya enak gitu yah ,ya hanya konten saja begitu di rumah saja tanpa keluar rumah hanya fokus bikin konten bisa menghasilkan nah ditambah di satu sisi kita juga fokusnya bagaimana caranya jamaah bisa menghasikan, di sisi lain ya pesan kunci acara MMC ini itu gimana caranya ya biar dia atau peserta ini atau jamaah ini bisa melibatkan Allah. Karena apa? Karena ketika acara MMC ini itu bukan acaranya itu bukan benar-bener teknis cara menepatkan uang lewat digital. Tapi kita juga ya di-*combine* dengan cara misalkan yang jujur, fokus ke ibadah, gimana cara dekat dengan Allah, ditambahkan sekarang kita acaranya 3 hari 2 malam, ditambah sholatnya juga pas dibakalan, di masjid berjamaah terus, kita juga nanti ada baca Qur'an, ada sedikit kajian, ada tahajud jadi benar-bener di-*combine* lah antara dunianya sama akhiratnya juga gitu jadi ya kita pesannya itu yang pertama, intinya kalau misalnya kita ee... ingin mendapatkan uang, gak hanya melulu di bekerja sebagai karyawan, bisa juga kita eee.. mendapatkan uang lewat digital, dan di samping itu bagaimana caranya kita dunianya bisa dapat, akhirnya juga bisa dapat dengan cara yang dekat dengan Allah gitu.

Pahma: Tadi A, pertanyaan sebelumnya nyinggung, tentang pemasaran program MMC, kalau pengelolaan dari media sosial bagaimana itu? Terlibat tidak dalam media sosial Instagram sama TikTok? Soalnya kebanyakan yang tahu di sini dari TikTok.

Azka: oh gitu ya, jadi ya sebetulnya kita buat pemasaran acara MMC ini itu lebih ke tiga berarti TikTok, Instagram, dan WhatsApp gitu tapi yang benar-bener naik itu sekarang di tiktok gitu kalau di instagram sekarang emang gak terlalu naik gitu gak tau karena apa mungkin dari segi algoritma juga karena kita jual di tiktok mungkin lebih banyak di *push* (dorong) sama tiktoknya gitu dibandingkan Instagram.

Pahma: Oke. Terus yang selanjutnya. Eee.. bagaimana pengelola menentukan target peserta, terus materi, terus durasinya, 2 hari 3 malam, terus struktur kegiatan MMC-nya. Berarti ini struktur kegiatannya nih ya?

Azka: Eem... Struktur kegiatannya. Nah, itu mah *taroskeun* (tanyakan) ke panitinya. kita mah enggak tahu *Abi* (aku).

Pahma: Terus Nah, strategi pengelola mengintegrasikan nilai keagamaan yang ibadah tadi ke dalam program pelatihan?

Azka: Hemm.. hmm.. Oke, pengelolaan nilai agama Oke. Jadi, ya, dari awal juga kita udah ngasih tahu. Jadi, terkait dengan *rundown*-ya, (jadwal acaranya) dari apa ya, susunan acaranya juga udah dikasih tahu gitu. Jadi, jam sekian emang benar-benar fokus ke materi sampai jam sekian. Nanti waktunya salat, salat. Nanti waktunya sekian, waktunya waktunya ibadah, waktunya ibadah. Waktunya tahajud, waktunya tahajud gitu. Jadi, ya dikarenakan programnya gratis. Jadi, emang mau enggak mau peserta juga emang harus mau ngikut ikuti kegiatan ini gitu. Dan biasanya kita juga di samping ada materi terkait dengan TikTok *affiliate* di hari Jumat sama hari Sabtu itu memang ada acara khusus gitu buat kajiannya. Kalau di Jumat itu buat laki-laki dan perempuan juga bisa. Kalau di hari Sabtu itu memang ada kajian khusus buat perempuan gitu.

Pahma: Jadi si kegiatan ibadah ini *teh* (tuh) disisipkan pada kegiatan MMC-nya?

Azka: Betul, kayak gitu. Disisipkan dimasukkan.

Pahma: Terus yang selain Selanjutnya. Bagaimana proses komunikasi dijalankan selama pelaksanaan MMC pada peserta dan publik. *Ieu kumaha* (ini bagaimana) *A bade* (mau) di jawabnya na ku A atau *ku ieu* (sama ini)?

Azka: *Ku* (sama) panitianya.

Pahma: Sama, saluran, pengelolaan, evaluasi. Berati *eta taroskeun ka ieu nya* (itu ditanyainnya), ka panitianya. Terkait MMC.

Pahma: *Paling ieu atuh* (paling yang ini), Menurut Aa apa keunggulan nyata dari TikTok *Affiliate* ini dibandingkan sumber berpenghasilan lain yang bisa digeluti Jemaah?

Azka: Oke, yang ini tadi yang pertama TikTok *affiliate* ini bisa dikatakan minim modal ya. Jadi misalkan kita belum punya modal untuk beli sampel, kita bisa mengontenkan produk-produk yang ada di rumah kita gitu. Nah, kemudian berikutnya ya. Jadi kita melihat dari segi data ya. Kalau misalkan pesertanya benar-benar fokus buat ngelola TikTok *affiliate* pertumbuhannya itu akan cepat gitu. Dengan catatan dia fokus dan dia mau belajar dan dia siap eksekusi gitu. Ya, jangan sampai dia udah tahu ilmunya tapi enggak dieksekusi ya tetap akan nol besar. Jadi titik poinnya, titik tumpulnya tetap ada di eksekusi sama konsisten gitu.

Pahma: Oke. Terus bagaimana Aa memastikan bahwa program MMC ini sesuai dengan nilai-nilai Islam dan budaya? Budaya jemaah setempat.

Azka: Heeh, heeh, heeh. Nah, ini sebetulnya kan Masjid *Affiliate* itu berada di tempat kampung ya. Heeh. gitu. Jadi dari segi warga sekitar juga emang masih belum benar-benar terjun ke dunia TikTok *Affiliate* ini. Dan kita sampai sekarang juga ya terus mengajak warga sekitar biar mau jadi TikTok *Affiliate* karena apa? Ya karena yang namanya di kampung ya. Jadi kan kalau orang-orang kampung itu biasanya pola pikirnya itu kalau misalkan mau dapetin duit harus kerja. Kerja yang dimaksud dia apa? Ya kerja keras gitu, kerja jualan gitu. Kalau misalkan di TikTok *Affiliate* ya dia masih belum Belum apa ya? Belum percaya enggak tahu kayak gimana lah sehingga dia masih belum terjun ke TikTok *Affiliate* gitu.

Pahma: Oke. Terus bagaimana pengelola menyederhanakan kerumitan teknis tentang TikTok *Affiliate* agar dapat dipahami jemaah? Kadang kan banyak yang pesertanya *teh* (itu) para orang tua gitu Nah gimana tuh?

Azka: Ya kalau misalkan para orang tua ya ya jadi cara simpelnya sih kita biasanya suka ada apa ya? Mentoring setiap malam. Jadi biasanya dari pagi sampai malam malam itu benar-benar penyampaian materi ya satu arah sama nanti di akhirnya ada tanya jawab. Nah, selebihnya di malam itu biasanya nanti

akan ada diskusi lah, diskusi. Nanti biasanya kalau misalkan ada jemaah yang tidak paham tentang beberapa materi nanti bisa ditanyakan langsung ke mentornya atau fasilitatornya kayak gitu.

Pahma: Oke, oke. Terus yang selanjutnya sejauh mana peserta ini diberikan ruang untuk mencoba langsung praktek TikTok *Affiliate* selama kegiatan berlangsung?

Azka: Oke. Eee.. jadi untuk prakteknya secara langsung intinya yang kita ajarkan gimana caranya dia bisa ngonten terlebih dahulu gitu. Nah, terkait dengan *device* (alat) dan HP dan yang kayak gitu dia biasanya pakai HP sendiri gitu. Kita di masjid *affiliate* menyediakan sampel sama tempat ngonten gitu. Jadi kan di bawah di selasar ada *background-background* (latar-latar) biasanya dia atau jemaah-jemaah bisa ngonten di selasar dengan sampel yang kita udah berikan gitu.

Pahma: Heem. Oke. Yang selanjutnya, bagaimana pengelola ini memperlihatkan hasil nyata dari inovasi ini kepada jemaah yang masih ragu?

Azka: Oke, memperlihatkan berarti. Ya, kalau misalkan memperlihatkan ya langsung dari hasilnya gitu. Biasanya kan orang-orang enggak percaya kalau misalkan enggak melihat kan angkanya gitu. Biasanya jemaah akan lebih percaya kalau misalkan lihat angkanya gitu. Biasanya cara yang cepatnya gimana ya dilihatin hasilnya. Misalkan dalam sebulan. Dia menghasilkan uang berapa? Biasanya jemaah-jemaah lain akan lebih tertarik kalau misalkan penyampaiannya kayak gitu, gitu.

Pahma: Terus yang selanjutnya. Nah, ini A, siapa saja yang berperan sebagai *opinion leader* dalam mendorong penerimaan program MMC di jemaah?

Azka: Ohh.. iya betul. Jadi *opinion leader*-nya yang pertama, yang pertama di Masjid *Affiliate* ada beberapa peserta yang sudah berhasil. Biasanya itu dilihat. hasilnya. Dan berikutnya alhamdulillah kita juga udah kerja sama dengan TikTok-nya langsung gitu. Jadi di sini ada beberapa orang terutama papap yang sudah tersertifikasi TikTok-nya secara langsung gitu. Jadi tersertifikasi TikTok ini cuman di Indonesia itu kan cuman sekitar 100-an orang gitu. Alhamdulillah kita di sini udah ada berapa ya? Tiga lah tiga orang yang tersertifikasi TikTok *Affiliate* langsung. Jadi ilmunya yang kita berikan emang langsung dari TikTok-nya gitu.

Pahma: Tiga orang *teh* (itu) siapa aja?

Azka: Papap (pak Angga), Om Black, sama A Adit.

Pahma: Oke.. terus bagaimana norma sosial dan nilai keagamaan di komunitas masjid ini mempengaruhi kecepatan atau hambatan adopsi inovasi ngaruh enggak A nilai keagamaan sama komunitas masjid?

Azka: Ohh... ya,ya,ya Jadi sebetulnya, kalo misalkan berbicara tentang warga sekitar, emang kita perlahan gitu, gak secepat dengan kita bikin konten secara *online* di media sosial, gitu. Ya mungkin bisa jadi karena warga sekitar di sini emang benar-benar masih belum paham tentang dia tuh bisa ngasihkin *duit* (uang) lewat *online* gitu. Beda di di cerita dengan orang-orang luar. Bahkan kalau misalkan ada acara MMC itu biasanya kebanyakan orang-orang luar daripada orang-orang sekitar.

Pahma: Karena orang luar mah tahu MMC *teh* (itu) dari medsos kan?

Azka: Betul.

Pahma: Sedangkan daerah sekitar mungkin sini kurang kayaknya.

Azka: Benar, bisa jadi kayak gitu. Jadi memang bagusnyanya itu harus ada pendekatan khusus ke masyarakat.

Pahma: Iya ya kalau misal kalau misal kalau masyarakat sekitar mah ya.

Pahma: Terus bagaimana pengalaman memanfaatkan jaringan sosial kayak alumni MMC untuk menyebarluaskan inovasi yang tadi. Ada enggak keterlibatan itu alumni MMC yang sudah sukses?

Azka: Biasanya kalau misalkan alumni MMC menyebarkan acara MMC ini lewat bikin konten gitu. Dikarenakan dia sudah pernah merasakan manfaat nya. Ikutan acara MMC ini dan dia juga sudah menghasilkan. Biasanya dia suka merekomendasikan dengan cara bikin konten. Pertama, kalau misalkan

enggak bikin konten biasanya merekomendasikan secara langsung gitu ngobrol. Biasanya kenapa kita tahu karena kita suka ada beberapa peserta yang bilang tahu dari si A, tahu dari si B, tahu dari si C kayak gitu.

Pahma: Hmm, oke. Terus bagaimana cara pengelolaan memastikan bahwa jemaah ini mendapatkan pengetahuan awal tentang tentang MMC. Ya, dan program sebelum mendaftar gitu, gimana tuh? Berarti dari *marketing* ya ke masyarakat?

Azka: Berarti yang paling inti itu dari dari *marketing* dari bikin kontennya. Biasanya kita dari bikin kontennya itu ya kasih detail gitu, kasih detail. Pokoknya kan daya tariknya itu gimana caranya orang bisa mendapatkan penghasilan. Nah, nanti biasanya dia masuk grup, udah di grup nanti dikasih tahu ya alamatnya dan dikasih infonya, kegiatannya. Dan nanti biasanya untuk lebih detailnya itu biasanya di-share-kan di acara MMC, gitu.

Pahma: Mmm. Terus ada enggak strategi persuasi yang digunakan pengelola untuk membentuk sikap positif jemaah terhadap inovasi ini khususnya bagi orang yang awalnya skeptis?

Azka: Heeh. Jadi sebetulnya kalau strategi khusus enggak ada, ya. Jadi semuanya emang di barengkan gitu, dibarengin semuanya,

Pahma: buat semua *audience* gitu.

Azka: Betul.. nah, biasanya kan *audience* itu ada macam-macam. Ada yang benar-benar skeptis asalnya, ada yang benar-benar udah paham, ada ada yang benar-benar dari nol, ada yang benar-benar udah mulai affiliate. Jadi benar-benar kecampur semuanya. Tapi saya pernah dengar ya, ada beberapa peserta yang awalnya emang skeptis gitu. Emang di Masjid Affiliate gimana sih emang benar-benar bisa menghasilkan uang gitu. Setelah dia ikutin acaranya dari awal sampai akhir, dia akhirnya jadi terbukalah. Jadi agak skeptis gitu terkait dengan TikTok *Affiliate* gitu dan acara-acara yang di MMC ini gitu.

Pahma: Hmm, oke. Terus bagaimana pengelola ini mendorong jemaah yang sudah tertarik agar benar-benar mengambil keputusan untuk bergabung dan mencoba TikTok *Affiliate*. Dari tertarik terus mendorong agar mereka terjun di TikTok Adaga. Kayak gimana caranya?

Azka: Terjun langsung ya TikTok gitu. Mmm, ya tetap kalau kayak tadi jadi kalau misalkan secara langsung enggak ada gitu ya, benar-benar mendorong. Semuanya pokoknya disatuin dalam satu acara MMC gitu. Selama 3 hari 2 malam ya sama kita diajarin sama kita dipanas-panasin lah supaya dia itu benar-benar mau terjun ke dunia TikTok *affiliate*. Biasanya kita melihatkan GMV yang sudah berhasil, mendatangkan praktisi yang sudah berhasil, mendatangkan tim TikTok-nya atau *sharing-sharing* dari orang yang sudah berhasil. Biasanya kayak gitu sih. Gitu. Kalau misalkan yang benar-benar mendorong sebetulnya sih di acara MMC udah udah udah mendorong gitu. Udah mendorong.

Pahma: Hemm. Oke. Terus apa bentuk pendampingan yang diberikan pengelola saat jemaah mulai mengimplementasikan TikTok *affiliate* secara mandiri setelah MMC ada enggak?

Azka: Kalau misalkan secara, enggak ada sih. Kalau misalkan secara langsung jemaahnya sama kita di *naon* (apa) ya, dibina enggak ada gitu. Tapi kalau misalkan ada jemaah yang mau benar-benar serius ya, itu masuk ke badan usahanya. Itu masuk kerja sama dengan BUMM dengan agensi gitu. Nah, nanti sama tim agensi biasanya ada pembelajaran khusus tiap minggunya. Nanti dipantau gitu, dikasih ilmu baru gitu.

Pahma: Heemm. Nah, itu apa ee.. dari hasil persentasenya itu digunakan sama masjid untuk apa tuh?

Azka: Nah, biasanya ya buat *support support* program di masjid lagi gitu. Jadi support jadi buat benar-benar ngelingkar gitu. Jadi acara jadi afiliator yang sudah berhasil dari acara MMC biasanya masuk agensi Uangnya ke mana? Uangnya masuk ke usaha, usahanya ke mana? Biasanya ngembangin usahanya sama support program-program yang ada di Masjid itu.

Pahma: Hmm, oke. Kalau misalnya yang masuk agensi nih, ada enggak dari pengelolaan itu memastikan bahwa jemaah itu tidak berhenti di tengah jalan? Hmm, gitu. Sehingga mereka teh ee... ngelihatlah atau mendapat hasilnya, ada buktinya gitu.

Azka: Heeh, heeh, heeh. Nah, sebetulnya buat sekarang, kemarin-kemarin kita belum ada sistem yang khusus. Nah, sekarang kita lagi ngerapihin sistem nya. Jadi buat sekarang itu yang pertama yang tadi setiap seminggu sekali kita ngadain acara Zoom secara *online*. Kemudian berikutnya buat mastiin si jamaahnya apakah benar-benar ngonten atau enggak biasanya ada tim khusus yang benar-benar nge-*follow up* apakah dia benar-benar perkembangannya kayak gimana gitu berhasil atau enggak gitu. Kalau misalnya enggak ya nanti diarahin sama timnya supaya dia jadi berhasil.

Pahma: Berarti secara *online* itu pengaruhnya.

Azka: Secara *online*.

Pahma: Betul. Lewat Zoom meeting gitu.

Azka: Betul. Sama lewat WA.

Pahma: Lewat WA. Oke. Terus A, ini nih kayaknya, ee.. hehee.. bentarnya. Bagaimana awalnya pengelola ini mengenalin ee... apa *platform* TikTok sebagai potensi untuk transformasi digital? Siapa atau apa yang menjadi sumber inspirasinya? Kenapa kenapa milih kenapa harus TikTok gitulah ah intinya mah A. Kenapa enggak Shopee gitu? Kenapa harus TikTok?

Azka: Ya karena waktu kita rintis ada orang yang praktisinya. Praktisinya Om Black gitu. Nah, Om Black udah berhasil. Jadi kan kita gimana caranya harus bergerak cepat. Nah, akhirnya. Nah, eh dikarenakan sumber dayanya ada Om Black yang udah praktis di TikTok Affiliate. Jadi sekarang ya lebih fokus ke TikTok Affiliate gitu. Nah, kita inginnnya sih harapannya nanti ke depannya ke Shopee juga gitu, tapi masih belum ada orang yang benar-benar berhasil dari Shopee ini gitu.

Pahma: Tapi setelah berjalan mah ada rencana buat ke Shopee berarti?

Azka: Mau, mau ada rencana.

Pahma: Oke. Terus apa yang membuat pengelola yakin bahwa TikTok Affiliate ini bukan *platform* di *platform* digital lain yang paling tepat untuk jadikan bisnis program pemberdayaan jemaah?

Azka: Ya karena yang pertama yang tadi Om Black sudah menghasilkan dan kita juga sekarang sudah berjalan acaranya itu sampai ke 36 dan banyak juga peserta-peserta yang sudah menghasilkan juga gitu lewat TikTok dan biasanya yang dia lakukan dia fokus dulu di TikTok buat menghasilkan kalau misalkan di TikTok sudah menghasilkan biasanya dia coba juga di Shopee duplikasi juga.

Pahma: Karena sudah ada bukti nyata banyak top TikTok afiliator yang menghasilkan gitu kan. Alasan milih itu tuh. Terus bagaimana proses pengelolaan memahami dan menguasai fitur-fitur teknis TikTok *affiliate*. Kayak *live* produk, komisi, *showcase* sebelum merancang pelatihan. Itu gimana?

Azka: Oh, iya gitu iya iya iya. Jadi sebetulnya kita kalau misalkan belajar khusus enggak ada. Jadi yang tadi kan Om Black langsung *sharing*. Nah, di samping Om Black *sharing* kita juga pengurus atau panitia juga belajar secara langsung. Gimana caranya misalkan reset produk, gimana caranya *live*, gimana caranya misalkan bikin konten. Nah, di situ kan kita belajar akhirnya kalau misalkan belajar kita tahu dan kita juga ya mengimplementasikan di sini. Kita juga bikin akun-akunnya dan ternyata ya berhasil gitu. Akhirnya kita paham cara TikTok Affiliate itu secara menyuruh kayak gimana gitu.

Pahma: Oke. Terus yang selanjutnya. Bagaimana pengolahan merancang program MMC ini dengan strategis mulai dari netap pin tujuan. Terus ada kurikulumnya enggak? Terus ada terus pemilihan tenaga sumbernya juga. Hingga jadwal pelaksanaan 2 hari 3 malam. Prosesnya gimana tuh?

Azka: Prosesnya. Kalau misalkan kurikulumnya ada, kurikulumnya gitu. Nah, kalau misalkan perubahannya jadi awalnya acara ini itu cuman malam Minggu aja. Tapi ternyata setelah tahun 2025 setelah Ramadan setelah kita evaluasi ternyata banyak orang yang datang dari luar kota. Sedangkan kalau

misalkan malam Minggu aja kan materinya cuman sedikit. Akhirnya kita *upgrade* lah acaranya. Yang asalnya malam Minggu cuan jadi malam Minggu cuan. Jadi acaranya jadi 3 hari 2 malam supaya apa? Supaya materi yang kita berikan menyeluruh lah enggak sepotong-sepotong gitu.

Pahma: Ohh.. Karena kebanyakan dari luar kota kan yang udah hadir itu. Oke. Terus kenapa pengelola memilih program atau format malam Mabait sebagai wadah pelatihan? Nah, apa pertimbangan strategisnya di balik penggabungan kegiatan ibadah malam ini dengan pelatihan ekonomi digital? Ada enggak pertimbangan strategisnya?

Azka: Pertimbangan strategisnya. Eee.. jadi kalau misalkan dari segi strategis ya. Jadi ternyata setelah kita evaluasi banyak orang-orang yang datang ke masjid itu bukan berlatar belakang, mungkin bisa dikatakan saleh lah sebelumnya lah. Emang orang-orang yang ya jarang ibadah kayak gitu ya. Jadi emang waktu awal dia datang ke sini itu mau belajar tiktok *affiliate*. Tapi setelah ke sini kan dengan adanya konsep masjid kita enggak hanya belajar tentang Tiktok *affiliate* aja. Ada diselipi program-program keibadahan lah, program-program keagamaan. Sehingga dia juga yang merasakan gitu per- perubahannya gitu. Ada yang bilang misalkan baru salat lagi, ada yang bilang baru Jumatan lagi, ikutan kajian lagi gitu. Banyak peserta-peserta yang bilang kayak gitu karena apa? Karena sebelumnya dia kayak gitu lah ibadahnya gitu.

Pahma: Terus bagaimana pengalaman merancang strategi agar inovasi MMC ini dapat diterima oleh berbagai lapisan jemaah? Mulai dari yang melek digital hingga yang sama sekali awam sama teknologi

Azka: Jadi sebetulnya buat acara MMC ini kita target awalnya buat anak muda, buat anak muda usia 25 sampai 40 tahun. Tapi ya di lapangan ternyata banyak sekali orang tua-orang tua yang datang ke masjid ya ingin mencobalah untuk *affiliate* ini gitu. Nah, biasanya kalau misalkan ketika materi emang benar-benar bareng semuanya, tapi nanti yang ngebedainnya ketika di malam. Di malam itu biasanya ada sesi khusus diskusi bareng fasilitatornya gitu. Nah, nanti kalau misalkan ada yang bingung-bingung bisa ditanyain ketika itu ketika kumpul malam gitu.

Pahma: Mmm, oke. Terus bagaimana peran badan usaha milik masjid ini dirancang sebagai bagian dari ekosistem transformasi digital masjid secara keseluruhan. Gimana tentang BUMM?

Azka: Jadi gitu, jadi kita kan yang namanya masjid kan enggak bisa dipungkiri kalau misalkan kita bikin acara salah satunya acara MMC kan harus ada uang yang keluar kan. Nah, sedangkan uang yang keluar ini ya di mana lagi gitu dan ternyata *alhamdulillah* seiring berjalannya waktu. Itu kita ada usaha khusus agensi gitu. Jadi ini benar-benar ekosistem. Jadi orang yang sudah berhasil ya mereka bisa *sharing* oleh kita, *sharing* bersama kita. Komisinya berapa? Nah, biasanya oleh kita nanti dari bank usahanya kita *support* lagi buat apa? Buat program MMC gitu.

Pahma: Selain dari agen saya ini BUMM sama apa?

Azka: Lebih fokus ke agen buat sekarang.

Pahma: Kalau yang apa namanya sama *brand brand* gitu? Kerja sama sama *brand* masih enggak?

Azka: Oh, itu kerja sama gitu. Jadi kerja samanya jadi kita kan punya afiliator banyak brand punya kebutuhan buat di kontenkan produknya, Nah, biasanya orang yang punya *brand* sama kita dibantu untuk dikontenkan oleh afiliator banyak. Kita jadi pihak penengahnya. Gitu. Nah, kalau misalkan dulu kan yang perbotohan benar-benar dikolaborasi sama kita, sekarang kasih seperti itu polanya. Beda lagi polanya. Jadi, orang yang punya brand sama kita dibantu buat dipasarkan produknya, dikontenkan oleh afiliator banyak oleh oleh anggota agensi kita gitu.

Pahma: Kalau penghasilan masjid sekarang berapa BUMM?

Azka: Apa? GMP atau apa? GMP we nya.. Kalau misalkan GMV nya berapa ya? Pokoknya sebulan per bulan per tahun 2026 sekarang itu udah 90 miliaran GMV nya. Oh iya. GMV nya dari semua total afiliatornya. Gitu. Gitu. Sampai 90.

Pahma: Terus mmm.. apakah program MMC ini berjalan, yang berjalan saat ini sudah mengalami perubahan dari penyempurnaan awal apa saja yang telah di apa yang saja yang telah dioptimalkan intinya dari kegiatan awal sampai sekarang?

Azka: *Naon nya di optimalkan nya?* (apa ya, yang dioptimalkannya). Jadi mungkin perbedaannya kalau misalkan ketika awal-awal itu materinya yang kita sampaikan cuman beberapa aja sedikit kalau misalkan sekarang benar-benar menyeluruh. Dan sekarang juga, waktu dulu mah kan kita benar-benar sama tim masjid dikelolanya, kalau sekarang udah ada tim *volunteer* (relawan) khusus. Nah, PR sekarang itu sama kita itu gimana caranya kita bisa melatih tim-tim *volunteer* (relawan) ini supaya dia benar-benar bisa menjalankan acara ini dengan sendirinya. Bahkan bukan hanya sekedar menjalankan, tapi memperbaiki acara ini supaya bisa berkelanjutan terus terus gitu.

Pahma: Mmm, terus bagaimana pengelola mengukur keberhasilan dari transformasi digital masjid secara berkelanjutan. Ada enggak indikator atau target jangka panjang yang ditetapkan?

Azka: Nah, kalau misalkan indikator keberhasilannya sebetulnya kita belum mendata khusus apakah benar-benar peserta MMC ini itu benar-benar berhasil atau enggak. Tapi secara garis besarnya itu ya berhasil atau enggak itu ya sekarang itu bisa dikatakan gimana dirinya sendiri. Karena apa? Karena kita masih masih belum ada sistem yang khusus gitu yang membuat dia benar-benar berhasil gitu. Nah, maksudnya dalam artian ya kalau misalkan dia benar-benar ngeimplementasiin ilmunya sepulang dari acara MMC itu biasanya kemungkinan untuk berhasilnya besar tapi kalau dia enggak konsisten enggak diimplementasiin ilmunya enggak akan berhasil juga gitu. Jadi selepas acara MMC buat sekarang itu ya emang gimana masing-masingnya gitu.

Pahma: Kalau MMC ini targetnya jangka panjang atau ada waktu tertentu memang diberhentikan. Ada enggak?

Azka: Nah, kalau misalkan untuk ngeberhentiin acara ini kita belum kepikiran gitu ya. Tapi kita sekarang itu mencoba gimana caranya acara ini ingin kita duplikasi di masjid-masjid lainnya. Karena apa? Karena ya banyak sekali orang-orang masjid lainnya yang ingin untuk duplikasi acara ini. Nah, sekarang ini kita lagi merapikan sistemnya acara MMC ini gimana caranya bisa diduplikasi oleh masjid-masjid lain. nya gitu.

Pahma: Terus kalau soal hambatan, A hambatan terbesar yang dihadapi dalam proses optimalisasi program ini. Ada gak strategi, terus gimana strategi mengatasinya?

Azka: Kalau hambatannya sebetulnya sih dari bukan dari luar ya, kebanyakan dari internal karena apa? Internal itu karena dari tim ya. Kita juga kan masih terus belajar gimana caranya acara MMC ini itu bisa tersistem ya. Tadi juga kan dari segi indikator keberhasilan belum kita hitung, belum kita rekap gitu, gimana caranya dia terus berhasil. Ya, hambatannya dari segi tim sih. Dari tim aja. Dari tim gitu, gimana caranya kita bisa membuat tim yang benar-benar hebat gitu. Dan acara MMC ini tersistem sehingga nanti harapannya bisa diduplikasi di masing-masing yang ada di Indonesia gitu.

Pahma: Kalau dari masyarakat sekitar ada enggak yang misalkan nolak atau misalkan tidak mendukung gitu masyarakat sekitar?

Azka: Kalau sampai saat ini *alhamdulillah* enggak ada aman.

Pahma: Terus ini ke depannya bagaimana rencana pengembangan program MMC dan transformasi digital masjid agar semakin berkelanjutan bagi Jemaah?. gitu.

Azka: Oke, buat pengembangannya yang pasti ya kita buat sekarang dulu kita fokus dulu ngerapihin sistem di masjid *affiliate*. Gimana caranya masjid bisa tersistem, acara MMC-nya tersistem. Kemudian tahap berikutnya kita ingin duplikasi ke masjid-masjid terdekat misalkan se-Jawa Barat dulu. Nanti udah se-Jawa Barat, se-Jawa dan seterusnya gitu semakin luas. Nah, buat berikutnya ya gimana caranya nanti

jamaah ini bisa sama kita ter *record* (ter terkam) semuanya. Bisa terlihat indikator keberhasilannya berapa gitu. Gitu, ya?

Pahma: Kalau rencana inovasi berikutnya setelah MMC ada enggak?

Azka: Oh, iya. Buat sekarang sih kita fokusnya di MMC dulu gitu. Buat bikin acara-acara lain masih belum karena apa? Karena MMC ini kan masih luas gitu. Dalam artian kan tadi kita ngebahas acara MMC ini hanya baru sekedar tik. Top *Affiliate*, Shopee *Affiliate* juga belum. Heeh. Bahkan nanti mungkin ada pembahasan khusus tentang Facebook, tentang masih banyak itu yang harus di-optimalikan. Heeh. Jadi fokus ke pengembangan detail acaranya dulu aja gitu.

Pahma: Terus dari penghasilan dari Masjid ya selain dari BUMM buat kayak penghasilan dari JISWAF masih jalan enggak?

Azka: Nah, sebetulnya buat sekarang itu berjalan cuman Heeh. seberjalannya ya Nah, karena apa? Karena Karena ya kita belum ada tim khusus yang mengelola JISWAF ini. Nah, kemarin-kemarin ya perbulan sekarang lah kita mulai kerja sama dengan orang yang benar-benar ahli dalam pengelolaan JISWAF gitu. Nah, harapannya nanti dari database yang kita punya bisa terkelola zakat, infak, sedekahnya bahkan besar. Nah, nanti buat apa? Ya, buat support program-program yang ada di masjid sama buat kurs kemanfaatan warga sekitar bahkan lebih luas kemanfaatan. Nah, gitu.

Pahma: Mmm, terus ada enggak capai yang sudah diraih dan apa yang masih perlu diperbaiki dari masjid ataupun dari program MMC?

Azka: Kalau dari masjid alhamdulillah kemarin kita ya kalau misalkan masjid tim masjid ya alhamdulillah sudah sering diundang ke acara-acara TikTok gitu entah itu *matchmaking* entah itu acara apapun juga gitu. Kemudian kalau misalkan dari segi ya masjid juga ya alhamdulillah kemarin tahun 2025 eee.. kita jadi dapat penghargaan apa ya? Pokoknya dapat penghargaan dari Baznas Kabupaten Bandung gitu. Jadi masjid yang berdaya gitu.

Pahma: Harapan Aa buat ke depannya nih kegiatan di masjid atau ya buat Masjid *Affiliate* apa tuh?

Azka: Oke, harapannya harapannya kita ingin jadi ya tadi Masjid level 5. Jadi sekarang kita fokus ngerapihin sistemnya dulu acaranya. Nanti kita ingin diduplikasi acara. caranya juga, jadikan masjid-masjid yang banyak gitu. Nah, berikutnya ee.. di samping pengelolaan badan usahanya yang bagus ya, badan usahanya semakin besar, lembaga JISWAF-nya juga semakin besar. Nah, kita juga sekarang ingin memfokuskan mengelola lembaga wakaf gitu. Karena apa? Karena kan yang benar-benar berkelanjutan itu ya uang dari wakaf gitu. Kita belajar ya berbicara sedikit kita belajar kan di Bandung atau di Indonesia itu kan banyak banyak gereja-gereja kan? Gereja gereja itu bangunannya besar. Nah, sedangkan kita selalu berpikir gitu kalau misalkan bangunannya besar, operasionalnya berapa? Operasionalnya dari mana? Gitu ya. Nah, ternyata setelah kita nyari tahu kenapa gereja-gereja itu bisa besar dan pengelolaannya bisa bagus? Karena gereja ini mengelola uang wakaf. Uang wakaf dari jemaah, simpelnya uang dari jemaah itu dikumpulkan semuanya dan uang yang sudah dikumpulkan ini diinvestkan. Diinvestkan ke misalkan obligasi atau saham-saham. Nah, ada sebuah organisasi di dunia yang paling besar itu namanya Inside Vic Advisor. Jadi dia itu perusahaan simpelnya lah perusahaan pengelolaan uang jamaah Kristen gitu. Heeh. Dia sekarang dananya udah triliunan triliunan dolar gitu. Nah, kenapa dia bisa besar? Ya gitu dia mengelola uang jamaah uangnya disimpan di saham-saham di perusahaan-perusahaan. Misalkan dia menyimpan di perusahaan Nvidia, perusahaan Apple, Microsoft, Amazon, pokoknya perusahaan-perusahaan besar dia punya kepemilikan sahamnya sehingga dari pengelolaan tersebut ya sampai kapanpun juga nanti usaha misalkan usaha Apple akan semakin besar dia juga akan mendapatkan uangnya juga semakin besar karena apa? Karena punya sebagian saham di perusahaan-perusahaan itu.

Pahma: Hmm, oke. Kalau yang itu A, program yatim sejahtera itu masih enggak?

Azka: Nah, kemarin baru selesai. baru selesai. Dan alhamdulillah untuk programnya tim siap kerja juga berdampak gitu. Kemarin ada sekitar tiga orang yang belum berikutan ya dan alhamdulillah semuanya udah pada bekerja gitu. Nah, di di sini di Masjid Affiliate sama kita diajarin cara bikin konten ya, *live* ya. Pokoknya lebih fokus ke dunia konten dan akhirnya dia sekarang pada bekerja gitu. Bekerja di *brand-brand* produk gitu, seller gitu.

Pahma: Oke. Terus tadi tuh total akun ada berapa di Masjid sekarang?

Azka: Kalau akun Affiliate ada enam. Ada enam. Enam akun *Affiliate*.

Pahma: Kreatornya ada?

Azka: Kreatornya ada enam. Eh, ada enam. Siti, Naima, Agnes, Okta, lima, lima. Oh, ada lima. Ada lima.

Pahma: Terus di sini juga sekarang mah ada sistem pegawai gitu, A. Betul. Job Desk. Betul. Nah, berarti perubahan masjid itu satunya itu juga ya?

Azka: Heeh, iya. Nah, iya ta. Benar. Heeh. Jadi kan awalnya ya sering berjengger waktu kita jadi ada ada badan usaha, agensi ya, enggak bisa di pungkirikan kita kalau misalkan ngelola usaha harus ada sistemnya, harus ada orangnya. Nah, akhirnya usahanya alhamdulillah seiring dengan waktu sudah ada menghasilkan. Nah, kita fokus ke merapikan sistem dulu, merapikan orangnya dulu gitu. Dan sekarang tim *agency* itu ada berapa orang ya? Delapan. Ada delapan orang yang kerja, tim *agency* dan tim afiliator kurang lebih ada lima. Jadi kurang lebih totalnya ada sekitar belasan orang lah di badan usaha ini yang kerja gitu.

Pahma: Berarti terus di sini juga mungkin dari pengawalannya sendiri kebanyakan itu dari anak muda ya, Ayah? Heeh. Berarti sekitaran umur berapa tahunan?

Azka: Anak muda, pokoknya Kelas 2. Kelas 2 SMA. Oh, ada. Sampai Sampai 20-an, lah. 20, di bawah 30. Gitu kebanyakan itu.

Pahma: Salah satunya membedakan sama masjid pada Umumnya juga itu.

Azka: Betul.

Transkrip Wawancara Humas/ Pengelola MMC (Aggrita Putra Utama)

Hari/ Tanggal : Jumat, 29 Mei 2026
 Tempat : Ruang Kerja (Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut)
 Waktu : 11.00-14.00
 Durasi : 2 jam 42 menit
 Dokumentasi :



Fahma: Sebelum-sebelumnya bisa perkenalkan diri, terus biografi singkat boleh, Pak?

Anggrita: Oke, terima kasih. *Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*. Oke, di sini ada Pap Angga, biasa dipanggil... namanya Angrita Putra Utama tapi kalau dipanggil Pap Angga. Jadi Pap Angga di sini adalah sebagai pengurus Masjid *Affiliate*, sebagai humas Masjid *Affiliate*, sebagai imam, dan sebagai marbot juga. Jadi untuk pendidikan terakhir, alhamdulillah S1 Pendidikan Bahasa Inggris. Kemudian, sempat juga sebelumnya itu bekerja di beberapa perusahaan, dan akhirnya sampai mengurus masjid seperti ini, gitu. Nah, di sini itu di Masjid *Affiliate*, jadi ini awalnya itu bukan Masjid *Affiliate* ya namanya itu, tapi namanya itu adalah Masjid Al-Kahfi Bunut. Karena ini berada di Kampung Bunut, RT 02 RW 09, Desa Margahurip, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Nah, sekitar tahun 2024 gitu ya, kita ada perubahan nama, yang awalnya itu tadi namanya itu Masjid Al-Kahfi Bunut diubah menjadi namanya itu Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut. Karena apa? Kita di sini tuh ada program pemberdayaan ekonomi umat secara digital, yaitu nama programnya itu adalah Malam Mabit Cuan, ya gitu. Waktunya itu awalnya bukan Malam Mabit Cuan ya, tapi Malam Minggu Cuan, karena dilaksanakannya itu tiap hari Sabtu sore sampai dengan hari Minggu, gitu. Namun, karena seiring antusiasme masyarakat dari seluruh Indonesia ikut acara ini, nah, diperpanjanglah kegiatannya itu mulai hari Jumat pagi, jadi 3 hari 2 malam, dan namanya disesuaikan jadi Malam Mabit Cuan, gitu. Kemudian, kegiatan pokoknya itu apa? Kegiatan pokoknya itu adalah pelatihan konten ya, membuat konten dalam platform TikTok, gitu. Jadi di sini ada sebuah apa ya, wasilah atau jalan kita bisa mendapatkan penghasilan tambahan, yaitu dari TikTok *Affiliate*. *Affiliate* itu intinya kita apa ya, menjual produk orang lain, tanpa harus stok barang, tanpa harus *packing* barang. Yang perlu kita lakukan adalah ya mungkin beli satu atau dua sampel kemudian kita kontenkan. Sampel atau alat yang wajib punya atau dimiliki itu adalah ya handphone ya, handphone kemudian tentunya jaringan, gitu. Selebihnya, mereka harus bisa membuat konten, jadi konten itu adalah konten jualan, mereka menjelaskan soal produk, menjelaskan soal masalah terkait dengan produk itu. Makanya di sini di Masjid *Affiliate* kita ada ilmu seperti itu, di program Malam Mabit Cuan, dan ilmu ini bisa teman-teman dapatkan gratis, ya, tidak dipungut biaya sepeser pun. Kemudian, kan peserta- pesertanya itu kebanyakan jauh-jauh ya, gitu kan. Ada yang dari luar... kebanyakan luar kota atau provinsi lah gitu, Jawa Barat, gitu. Namun, yang bikin herannya itu awalnya adalah program ini sebetulnya mah difungsikan untuk masyarakat sekitar dulu, karena melihat sejarah kondisi masyarakat sekitar di sini, Bunut, itu mohon maaf gitu ya, dari menengah ke bawah, gitu. Jadi yang dirasa program ini tuh sangat-sangat cocok lah, karena tidak punya... karena tidak perlu memiliki modal besar, gitu. Gitu, namun ternyata seiring berjalannya waktu, program ini lebih tertariknya itu masyarakat dari luar. Ya luar Kota Bandung, luar Jawa Barat, pokoknya seluruh Indonesia lah, gitu. Dan sekarang kita kalau boleh dibilang mah secara keanggotaan itu grup WhatsApp sudah 15.000 anggota.

Gitu ya, alumni di sini yang ikut program Malam Mabrit Cuan, gitu. Dan kita alhamdulillah gitu ya, dari tahun 2024 sampai sekarang 2026, udah melaksanakan pelatihan ini sebanyak tiga... mau 36 ya, gitu. Karena kita nanti bakal ada acara lagi di tanggal 5, 6, 7 Juni dalam program Malam Mabrit Cuan yang ke-36. Dan program ini banyak sekali wasilah atau jalannya terciptanya suatu program ini gitu ya. Yang pertama ada Kang Adit, yang kedua itu ada Om Blek, yang ketiga ada Kang Alif juga ya, gitu. Jadi kenapa ada program seperti ini? Karena waktu itu Kang Adit sama Om Blek ini bertemu dalam suatu kegiatan atau kompetisi Wirausaha Mandiri, gitu ya. Perlombaan wirausaha muda lah gitu. Kalau Kang Adit *qodarullah* menang, kalau Om Blek *qodarullah*-nya kalah. Namun, di situ tidak sampai berhenti di situ, mereka terus berkomunikasi, dan akhirnya dengar-dengar bahwa Om Blek itu di tahun... awal tahun 2024 di tiga bulan pertama omsetnya udah 1 M per bulan, gitu. Nah, dari situ kan Kang Adit intens terus komunikasi dengan Om Ble gitu kan ya, gimana nih. Nah, masjid supaya ramai gitu kan ya, supaya ramai, supaya bisa memberikan manfaat yang besar buat masyarakat, melalui mela- melalui pembelajaran TikTok *Affiliate* ini kan. Yang awalnya tidak punya penghasilan jadi punya penghasilan, gitu. Jadi kita memang dari ada arahan dari Kang Askanya, bahwa kita *branding*-nya ini dulu deh, masjid dulu, gitu kan, masjid supaya dikenal. Jadi beda dulu lah gitu. Nah, itu kan dari Kang Aska, Kang Adit juga selalu memberikan apa sih arahan, masukan seperti apa, dari Om Blek juga sama, dari Kang Cemil juga sama. Pokoknya dari semua *founder-founder* program ini selalu memberikan arahan-arahan ataupun masukan-masukan ya untuk keberlangsungan ini gitu, program ini. Karena ya *qodarullah* gitu ya, masjid waktu itu udah banyak sekali caranya, strateginya, program yang seperti apa biar masyarakat... biar bisa... biar masyarakat datang ke sini, kemudian biar banyak yang berinfak ke sini, gitu kan, seperti itu. Cuma caranya seperti itu kita masih belum menemukan, nah *alhamdulillah* di tahun 2024 itu kita ada program pembelajaran TikTok *Affiliate* atau program Malam Mabrit Cuan, gitu.

Pahma: Nyinggung dari yang tadi, terkait profile, buat domisili bisa disebutin terus umurnya juga?

Anggrita: Oke, siap.

Pahma: Terus tadi teh, perjalanan Bapak di situ udah dari tahun berapa? Sebelum jadi humas tuh di sini perannya kayak gimana?

Anggrita: Oke. Oke, kita *flashback* lagi ya ke awal ya. Jadi Pap Angga bisa bergabung di sini di tahun 2020 bulan September. Awalnya itu Pap Angga itu sebagai karyawannya Kang Adit. Kang Aditya Pratama Eka Pari, karena yang punya masjid ini tuh Kang Adit ya. Nah, Kang Adit ini punya perusahaan, namanya itu PT Cerebrum yang bergerak di bidang bimbel *online*, gitu. Jadi Pap Angga itu awal mula gabung tuh September 2020. Namun dari situ Pap Angga ya sudah mengurus masjid, gitu. Namun mengurus masjidnya itu tidak apa ya, tidak fokus, tidak optimal lah. Karena apa? Dari segi waktunya itu kan waktu sisa. Jadi Pap Angga habis beres kerja masuk jam 8 pulang jam 5 sore gitu ya, langsung ngurus masjid, gitu. Dan ternyata tidak se- tidak bisa seperti itu, ya harus *full time*. Dan masjid ini gitu ya, berdiri dari tahun 2019 sampai dengan sekarang, gitu ya. Dan masjid ini kalau bisa dibilang mah bukan masjid yang besar, hanya ukurannya itu 8x8 saja, jadi tidak cukup luas gitu ya. Namun ya kita terus berpikir gimana untuk bisa memperluas, dan *alhamdulillah* gitu ya di tahun 2023 kita ada perluasan masjid, yaitu area selasar dengan penambahan kanopi, kemudian area rumput sintetis, gitu. Kalau usia juga... kalau usia Pap Angga aduh gimana ya, ha-ha. Oke, kalau usia Pap Angga sebetulnya mah, kalau usia tuh hanya angka ya, tapi semangat itu insyaallah muda gitu ya. Karena kebanyakan sekarang pengurusnya juga di sini anak muda semua, gitu. Kang Adit bisa dibayangkan usianya itu masih di bawah 30 tahun, Kang Aska 30 tahun. Kalau Kang... kalau saya sendiri Pap Angga usianya itu kurang lebih 30, mau 35 lah. Kelahiran tahun 91, he-eh, 91. Gitu, jadi... nah, awal mula jadi humas itu, awalnya belum jadi humas dulu. Waktu itu Pap Angga di tahun 2023 ya, 2023 itu sama Kang Adit dipindahkan, yang awalnya dari karyawan PT Cerebrum jadi pengurus masjid. Nah, awalnya itu menjadi Ketua DKM dulu. Karena kan di sini ada... ada kemasjidan, ada PAUD, ada Tahfidz, ada BMT, ada apa lagi ya, humas sosial kemanusiaan gitu. Ada 4 atau 5 lembagalah, nah Pap Angga diberi amanah untuk menjadi Ketua DKM, gitu kan, menjadi Ketua DKM. Nah, berjalan, berjalan, berjalan, gitu ya. Nah, mungkin Kang Adit punya apa sih, punya strategi

lain. Akhirnya Pap Angga dan juga Kang Aska, gitu ya, adiknya Kang Adit, fokus selama 24 jam itu mengurus masjid. Jadi di tahun 2023 pertengahan itu Pap Angga udah tidak sebagai karyawan lagi di PT Cerebrum tapi sudah 100% di sini mengurus masjid bersama Kang Aska. Nah, Kang Aska itu langsung jadi Ketua DKM, kemudian Pap Angga ada posisi kosong di Departemen Sosial Kemanusiaan, Humas, nah Pap Angga diberi amanah tugas di situ, gitu. Nah, sampai sekarang gitu ya, Pap Angga yang pertama menjadi humas yayasannya dan juga sebagai humas kemasjidannya, gitu. Jadi singkat cerita seperti itu Pap Angga. Eh awalnya enggak, itu dulu, sebelum jadi humas itu Pap Angga pernah diberi amanah se- sama Kang Adit untuk menjadi Direktur Yayasan. Karena waktu itu Kang Adit kan melanjutkan sekolah ya, S2-nya di ITB, gitu. Jadi waktunya kurang untuk mengelola yayasan ini, departemen ini, gitu. Nah, makanya Pap Angga dijadikan direkturnya atau wakil lah ya, wakil Kang Adit, gitu, yang membawahi keenam, lima atau enam departemen lah di sini, gitu. Nah, udah seperti itu. Nah, udah wae (saja) gitu ya, Kang Adit beres. Nah, Kang Adit punya ya mungkin punya strategi lain, dan sekarang itu kan lebih di-*branding*-nya itu soal masjidnya ya, gitu kan. Mulailah dititipkan amanah ini sebagai Ketua DKM ke Kang Aska. Pap Angga jadi Humas Sosial Kemanusiaan, gitu ya, yang di masjidnya yang juga di yayasannya, gitu.

Pahma : Berarti dari pengelolaan masjid 2019 sampai dengan... sampai saat bertransformasi jadi masjid digital, Pak, bisa dijelaskan gak perbedaan pengelolaan masjidnya kayak gimana? Dari konvensional ke digital tuh perbedaannya kayak gimana?

Anggrita: Oke, nah waktu itu kan kita belum banyak banget program ya, masih umumlah programnya itu, hanya salat berjamaah, salat... bahkan salat Jumat belum ada. Terus hanya ngaji aja dan lain-lain, gitu. Kenapa bisa berubah? Karena tadi kita ada di tahun 2024 itu, *alhamdulillah* ada wasilah jalan dari Allah gitu ya, ada program pelatihan TikTok *Affiliate*. Nah, sambil berbarengan di situ kita juga punya badan usaha, punya BUMM, Badan Usaha Milik Masjid, yaitu kita menjual atau membantu menjual produk orang lain secara online. Waktu itu kita menjual produk orang lain, pengusaha temennya Kang Adit dari Gresik, Jawa Timur, kita apa sih, menjual secara online baskom, nampan, piring, mangkok, gitu ya. Dan *alhamdulillah* gitu ya, memang dari awal bulan pertama memang itu masih merintis, omsetnya masih kecil, gitu ya. Tapi di 3 bulan terakhir di bulan Juli 2025 omset itu udah konsisten di 2 M per bulan, gitu. Karena kalau apa ya, gak ada sesuatu dan lain hal gitu ya, mungkin omsetnya udah bisa bertambahlah, udah 5 M per bulan. Nah, jadi banyak apa ya, banyak perubahan banget gitu ya, yang awalnya kita tidak ada program pemberdayaan ekonomi umat secara digital, jadi ada gitu kan ya. Jadi gitu aja kegiatannya mah cuma kajian-kajian, salat berjamaah udah wae kayak gitu. Selepasnya masjid ya udah kosong lagi gitu kan ya, di Jumat, Sabtu, Minggu gak ada kegiatan. Nah, kalau sekarang mah kan udah ada kegiatan gitu ya, program Malam Mabit Cuan itu. Dan Malam Mabit Cuan itu tidak langsung banyak ya audiensinya, masih kosong lah sedikit, gitu. Bahkan ingat 2024 itu hanya apa ya, audiensinya itu hanya dari pengurusnya saja, gitu kan ya, belum banyak dari luar, gitu. Namun ya *qodarullah*, semakin ke sini ke sini ke sini gitu kan ya, semakin banyak teman-teman dari seluruh Indonesia yang datang, gitu kan. Kemudian waktu itu juga mentornya itu hanya Kang Adit saja sama Om Ble saja, otomatis orang itu lihat, "Ah, masa Om Blek lagi," gitu kan, "sama Kang Adit lagi," dan *alhamdulillah* gitu ya, atas wasilahnya ya jalan dari Allah, wasilah lewat jalan Kang Adit sama Kang Om Ble gitu ya, Om Blek tuh menghadirkan atau mengundang teman-teman yang udah sukses di TikTok *Affiliate*, gitu ya. Jadi *alhamdulillah* pementornya itu bisa bervariasi lah, gitu. Bahkan kita pernah mengundang mentor-mentor yang luar biasa banget, ada Kang Dewa Eka Prayoga, gitu ya. Kemudian ada Kang Deriansyah juga, itu sebagai *founder*-nya Kasi Solusi ya, di YouTube, gitu. Kemudian kita juga mengundang afiliator-afiliator yang udah sukses, yang dari Jakarta, yang dari Pekanbaru, gitu kan, ada Bang Neo, ada Ko Hen. Kemudian dari siapa lagi ya, banyak banget sekarang mah ya mentor-mentor yang kita undang di sini. Yang dari Bandung juga banyak ternyata gitu ya, yang udah sukses-sukses, dan ya itu wasilahnya Kang... Om Blek gitu ya. Sementara kenal sama Om Ble, Om Ble punya banyak sekali kenalan-kenalan afiliator yang udah sukses gitu. Jadi kita mereka kita undang ke sini buat jadi apa ya, jadi mentor-mentor di sini, gitu.

Pahma : Nyinggung dari yang tadi, perbedaannya dari pengelolaannya ya, kalau dulu kan masih sedikit kalau sekarang dilihat juga udah banyak. Nah, itu perbedaannya bisa dijelaskan?

Anggrita: Oke. Dulu itu pengurus masjid itu hanya pengurus inti saja ya, Kang Aska, Pap Angga, kemudian pembinanya itu ada Pak Haji Iwan, kemudian jadi gini, waktu itu kalau ada kegiatan di masjid misalkan, program masjid, jadi semua orang-orang yang ada di yayasan itu ikut bantu, ya wajib banget. Apa itu guru-guru PAUD, apa itu guru-guru Tahfidz, itu wajib banget buat bantu, gitu. Namun sekarang banyak perubahan sekali gitu ya, jadi tetap ada pengurus intinya yaitu Pap Angga, ada Kang Aska, sekarang itu ada Mas Nanang, ada Tristan, gitu ya, gitu. Kurang lebih sama sih kalau gini, kalau dilihat dari pengurus masjid yang inti, itu sebenarnya masih sedikit, 5 lah, 5 sampai 10 orang lah gitu. Tapi kalau sekarang kelihatan banyak itu karena kita meng-*hire* anak-anak untuk jadi *volunteer* masjid, gitu ya, jadi *volunteer* masjid. Nah, waktu itu kita membuka program yang namanya itu *Young Kahfi Academy*, YoKaMi disingkat YoKaMi ya, *Young Kahfi Academy*. Jadi isinya itu kita meng-*hire* anak-anak muda, yang mereka itu mau mengurus masjid, gitu ya, kita libatkan mereka buat mengurus masjid. Laki-laki dan juga perempuan, gitu. Dan alhamdulillah kemarin kita juga udah kali kedua mengadakan program seperti itu. Nah, makanya mungkin nanti bisa dilihat bisa dicek pas acara atau kegiatan di masjid banyak sekali pengurus-pengurus masjid yang anak muda semuanya. Jadi memang itu kita *hire*, kita apa sih, kita wawancara juga mereka itu untuk mau gak ngurus masjid, gitu. Memang sih dari situ kita gak bisa, belum bisa menggaji gitu ya, tapi ya mereka juga gak apa ya, gak kita biarkan gitu, tetap mereka juga kita kasih *feedback*-nya berupa pelatihan TikTok Affiliate. Kemudian kalau ada acara-acara kita suka ada *healing* mungkin ya, bareng-bareng gitu ya sama pengurus masjid di sini, gitu. Ya jadi itu sebagai apa ya, sebagai sedikit lah *feedback* buat mereka gitu dari kami, gitu.

Pahma : Kalau dari BUMM pap, buat sekarang tercatat berapa *brand* yang masih artinya, apa namanya, bekerja sama? Ha-ha, kerja sama?

Anggrita: Oke. Kalau dilihat dari sampel-sampel, ada sampel juga ya, mereka itu kan kerja sama ada yang titip sampel, ada yang dikelola toko *onlinenya* sama tim masjid, gitu. Kalau dilihat dari sampel-sampel yang ada di kantor itu udah banyak lah ya, *brand*-nya itu, kurang lebih yang ada 50 *brand* atau sampai 100 *brand* mah ada, gitu kan ya. Namun kan itu kerja samanya itu bentuknya ada dua kan, mereka itu ada yang titip sampel, ada yang dikelola toko *onlinenya* sama tim masjid, gitu. Nah, dari situlah *alhamdulillah* masjid punya pemasukan tambahan juga ya, dari kita kerja sama dengan *brand*. Kita udah kerja sama dengan *brand* kaus kaki, Kani. Kita udah kerja sama *brand* sama apa ya, madu herbal gitu ya, Moringa *Honey*, nama *brand*-nya itu. Kemudian kita juga udah kerja sama sama pengusaha teh yang di Gresik, Jawa Timur ya, PerabotMart99 gitu ya, gitu kan, itu. Kemudian sisanya itu adalah kerja sama yang sifatnya hanya titip sampel. Jadi mereka hanya menitipkan sampel di sini buat dikontenkan oleh pengurus dan juga para peserta Malam Mablit Cuan tadi, gitu. Namun mereka wajib banget buat udah punya toko *onlinenya*, gitu jadi udah bisa jalan lah.

Pahma : Selain titip sampel itu biasanya dari *brand* apa aja, Pak?

Anggrita: Itu kemarin kita ada *brand* dari kaus *jersey* ada, kemudian dari pasir kucing, kemudian dari apa sih, kemarin...

Pahma : ERZ? Ya.

Anggrita: ERZ, ya. He-eh, gitu, ERZ *clean* juga, terus ada pengharum ya, bikin jadi perusahaannya teh bikin macam-macam pengharum lah, buat masjid, buat di mobil, macam-macam ada nama itu, gitu juga ada. Kemudian dari mi herbal, dari Kafami juga ada, itu titip sampel juga di sini di Masjid Affiliate. Jadi produknya itu apa sih, bikin mi ya, mi yang sehat dari singkong, gitu. Pokoknya makan-makanan herbal lah, gitu. Gitu jadi udah banyak banget lah *brand*-nya yang udah kita bekerja sama di sini dengan Masjid Affiliate, dan sekarang kita itu sedang... bukan sedang sih, dari awal tahun pertengahan tahun 2025 kita membina agensi. Jadi agensi itu kita membawahi afiliator-afiliator dari seluruh Indonesia, gitu ya. Kita bantu nih mereka bilamana mereka kena pelanggaran, bilamana mereka kebingungan dalam membuat

konten ataupun di TikTok *Affiliate*, atau pun mereka pengen naikin omset, misalkan gitu ya, kita bantu, kita ada wadahnya di sini namanya agensinya itu ya Masjid *Affiliate* lah nama agensinya itu, nama agensinya itu yang resmi di bawah kantor pusat TikTok, gitu. Dan omsetnya itu ya alhamdulillah gitu ya, udah kemarin itu udah gede lah di angka 200 jt per bulan, jadi kalau gak salah kemarin itu. Jadi kita bina mereka untuk apa sih, biar akunnya lebih berkembang gitu. Karena kalau contoh aja nih, misalkan di TikTok *Affiliate* kan sering banget nih akun tiba-tiba kena pelanggaran, nah itu kan kalau diselesaikan sendiri itu suka ribet kan. Nah, makanya di sini kita punya wadahnya yang punya jalannya dengan kantor pusat TikTok-nya langsung, gitu. Jadi kita sebagai perantara juga biar teman-teman misalkan kalau akunnya itu kena pelanggaran secara tiba-tiba, kan sering banget akun tuh kemarin banyak banget akun-akun yang di-*banned* gara-gara belum verifikasi KTP, nah itu kan banyak banget yang sudah diselesaikan oleh agensi ini, gitu agensi masjid, gitu. *Feedback*-nya buat masjid apa? Ya alhamdulillah gitu ya, masjid itu mah *deal* sih, *deal* antara agensi dengan afiliatornya gitu kan, ada yang ngasih 1%, ada yang ngasih 2% dari komisinya itu, alhamdulillah seperti itu dan kita juga suka mengadakan *reward* buat mereka, misalkan salat... si itu siapa yang paling besar nih di bulan ini? Nah kita kasih *reward*, kemudian kita kasih biaya iklan juga, jadi mereka juga di-*boosting* iklan ya, gitu. Akun atau pun dikasih *reward* berupa hadiah, macam-macam lah kayak gitu. Kemudian pembelajaran atau pun atau pun pembinaan TikTok *Affiliate* secara online secara Zoom, itu rutin setiap seminggu sekali di hari Kamis, gitu, setiap malam Jumat.

Fahma: Kalau sekarang tercatat berapa kreator waktu yang udah join di agensi?

Anggrita: Oke, agensi. Yang udah join itu kurang lebih ada 200 kreator yang rata-rata mereka itu level-nya udah level 4 sampai dengan level 7, level 10 lah gitu. kayak Kang Fadilah Teja itu mungkin level-nya udah naik ya. Enggak level 7 lagi gitu karena onset-nya udah puluhan miliar sekarang perbulan tuh gitu kan. Pasti udah naik lagi. Nah, untuk masuk ke agensi ini tentunya enggak bisa sembarangan gitu. Jadi mereka itu harus punya dulu omset minimal Rp1.000.000 perbulan. Nah, baru bisa masuk agensi Masjid *Affiliate*. Enggak bisa mentang-mentang udah akunnya udah bisa berkeranjang kuning tapi omsetnya masih sedikit enggak bisa gitu kan. Jadi tetap ada kriterianya buat masuk agensi ini gitu. Gitu. Kan TikTok *Affiliate* kan syaratnya agar bisa berkeranjang kuning teh (tu) harus punya 600 *followers* ya. Nah, syarat buat masuk agensi itu enggak cuma itu aja. Tapi syarat yang lain itu adalah yang wajib mereka penuhi. Mereka minimal harus punya omset minimal Rp1.000.000 perbulan. Gitu. Lalu mereka bisa masuk.

Fahma: Kalau yang menggagas agensi ini awalnya siapa pap?

Pak Angga: Eh, tentu di sini ya para senior ya. Ada Kang Aska, Kang Adit, Om Black juga, ada Kang Cemil juga. Hehehehe.. Jadi di sini banyak banget apa ya suhu-suhunya mentor-mentor yang yang sudah profesional ya, berpengalaman di Tiktok *Affiliate* yang benar-benar pengen masjid itu apa ya? Jadi banyak sekali perhatiannya gitu buat masjid *teh* (tuh). Pengen masjid itu kaya raya, terutama buat pengurusnya gitu ya. Makanya dibentuklah ini gitu kan agensi ini Nah kita juga di sini sebagai ee.. pengurus yang menjalankannya tetap selalu meminta arahan ataupun nasehat dari para ee.. *founder* di sini ya, Kang Adit, Kang Aska. Om Black juga, Kang Cemil juga bersama seperti itu. Jadi mereka itu ya sosok-sosok yang apa ya sih *founder* ya, *founder* yang akhirnya masih itu sekarang punya agensi. Padahal agensinya itu bisa dibilang masih kehitungan baru gitu ya. Tapi karena omsetnya udah gede, udah udah ratusan miliar gitu kan. Eee.. ya seperti itu gitu ya di naik peringkatnya itu. Kemarin Pak Angga dengar kabar mah udah peringkat ke-20 besar lah ke-17.

Pahma: Di mana itu *teh* (tuh)?

Anggrita: Di Indonesia nasional gitu. Makanya apa sih seperti itu gitu ya *qadarullah* gitu ya alhamdulillah jalan dari Allah kita punya penghasilan dari situ juga gitu seperti itu dan orang TikTok nya juga yang dari pusat sering banget gitu ya diundang ke sini atau mereka secara sukarela datang ke sini buat ngasih arahan ke tim agensi disini. Bahkan ada satu ordal TikTok gitu ya yang sering banget ke sini gitu ya ada satu nama namanya itu kang ee.. Rido Ilahi.

Jadi Kang Rido ini sering banget ngasih mentoring, ngasih *coaching* ke pengurus-pengurus agensi di sini gitu. Bahkan kita sering banget alhamdulillah gitu ya dapat pujian juga gitu ya dari ee.. Rido Ilahi ini. Aduh keren banget nih agensi masjid affilite. Meski agensinya itu keitung baru tapi udah keren banget nih pencapaiannya gitu ya. Alhamdulillah gitu ya. Ee.. apa sih dengan ternyata Allah tuh ngasih jalan gitu ya ngasih ke jalanan ke kita dengan cara yang lain. Ya, kan awalnya tadi kalau boleh cerita sedikit dia kita sudah kerja sama sama satu *brand* yang omsetnya itu sudah 2 M per bulan gitu ya. Tapi karena *Qadarullah* harus berhenti di pertengahan jalan karena seperti itu ya itu mungkin ada rencana lain dari Allah dan ternyata ya ini mungkin bisa jadi dijadikan rencana Allah.

Pahma: Sampai saat ini Pak pencapaian dan pencapaian terbesar dari masjid nih.

Anggrita: Pencapaian masjid menurut pap Angga?

Pahma: Prestasi ya sama

Anggrita: Oke. Jadi kan Pahma, kita target targetnya itu adalah ingin mencetak 1 juta afiliator. Yang awalnya itu mereka yang tidak punya penghasilan jadi punya penghasilan. Yang kita targetkan komisi bersihnya itu 100 juta per bulan. Komisi bersihnya itu. Kemudian kita juga pengen banget menghasilkan ataupun ataupun mencetak seller yang mereka itu punya omsetnya itu 1 miliar per bulan. Gitu. Nah, jadi kita targetnya itu pencapaian besar kita itu pokoknya yang seperti itu gitu. Eee.. yang kecil-kecilnya mungkin yang jangka pendeknya itu tadi. Yang mereka punya penghasilan ya sedikit-sedikit baru Rp50.000 mungkin komisi bersihnya per hari ataupun Rp100.000 per hari. Itu kan lumayan banget ya. Setidaknya mereka kalau pengen jajan atau beli barang sesuatu mereka enggak perlu minta misalkan anak minta ke orang tuanya, enggak perlu. Kalau mereka sudah berpenghasilan di TikTok *Affiliate* mah gitu. Itu aja sih. Intinya mah ya di TikTok *Affiliate* mah ya intinya kita harus terus konsisten membuat konten gitu ya. Daa.. intinya mah yang namanya penghasilan ataupun omset itu bakal mengikuti lah gitu. Yang penting dari afiliatornya konten kreatornya mau enggak berjuang dulu, mau enggak berusaha dulu. Karena mereka enggak bisa. sekali dua kali ngonten, sebulan, dua bulan ngonten, langsung dapat penghasilan, enggak. Gitu. Jadi mereka harus konsisten dulu, harus bersabar dulu, harus istiqomah dulu. Nah, itu yang menjadi ee.. tantangan atau PR kita, terutama peserta-peserta yang sekarang datang ya ke sini.

Pahma: Balik lagi ke MMC, Pak. Pas ee.. perancangan program pertama itu Bapak ada enggak? Hadir enggak? Pas pertama tuh?

Anggrita: Oh, tentu hadir gitu ya. Tentu hadir dan pap Angga juga gitu kan ya. Dilibatkan langsung. gitu kan. Eee.., jadi awalnya itu kita apa sih? menjalankan bahkan Pak Angga dulu sebagai operator teknisi gitu kan. Kan setiap acara itu pasti butuh apa ya? Butuh layar macam-macam lah gitu. Dan waktu itu enggak seperti sekarang. Kita punya dua infocus ya. Dulu mah kita punya satu infocus yang manual banget gitu. Bahkan si layar juga si screen-nya itu harus dipasang dulu manual pakai tripod macam-macam. Kalau sekarang kan tinggal ditarik gitu ya enak banget lah ya. gitu. Kalau belum kan seperti itu. Jadi nyiapin semuanya ee.. alat-alatnya, terus nyiapin ee... konstruksinya gitu kan ya gitu. Terus nyiapin apalagi ee.. barang-barang yang dibutuhkan sama mentor. Itu kan masih sama pap Angga, masih sama siapa ya? Ee Mas Nanang di sini. Dulu mas Nanang belum ada sih. Masih sama pap Angga dulu gitu ya. Ee.. kemudian sama Kang Aska juga bahkan Kang Aska juga turun langsung ya sebagai ee... teknisi lah atau operator lah buat nyiapin acara MMC itu tiap 2 minggu sekali itu. Jadi benar-benar saksi banget lah gitu ya, saksi bisu. Hehehee.. Acara malam mabit cuan yang bisa sampai ya berkembang sampai sekarang lah. Kayak gitu.

Pahma: Pas rapat pertama nih Pak, buat merancang MMC itu ngelaksanakannya di mana? Di masjid secara langsung. Terus kayak gimana sih proses diskusinya masih ingat enggak?

Anggrita: Heeh. Nah, waktu itu kita intens banget ya diskusi gitu kan. Bahkan kita sampai malam sampai bergadang gitu ya. Pak Angga, Kang Aska, Pak Iwan bahkan, Om Black, Kang Cemil gitu ya. Kita diskusi soal program ini gitu kan merancang bagaimana strateginya. Benar-benar Pap Angga sampai enggak

pulang waktu itu gitu ya. Seminggu ya 2 malam enggak pulang, 3 malam enggak pulang gitu kan ya. Sampai seperti itu gitu kan sampai nginep di sini gitu. Eee.... benar-benar kita rumuskan di sini di selasar Masjid Affiliate gitu ya. Eee.. soalnya dilihat ini waduh bagus banget nih gitu ya. Eee.. ke depannya bakal bagus banget gitu. Ternyata terbukti gitu kan. Ee... MMC yang masih *batch* apa sih belasan lah itu kan keren banget lah pesertanya itu sampai berdesak-desakan kan ternyata antusiasmenya kan. Dari situlah kita apa sih ada jalan dari Allah untuk menambah fasilitas ya biar mereka yang belajar itu tidak terganggu dengan alat-alat yang tiba-tiba rusak atau apa gitu kan. Makanya kita qadar Allah sama Allah dikasih kelancaran buat open donasi, buat beli sound system-nya, buat beli screen-nya, beli infocus-nya, buat beli apa ya? Penambahan Wi-Fi juga. Itu kan dari situ kita alhamdulillah gitu ya. Dorongan dari Allah gitu. Sehingga kita masih punya banyak. Alhamdulillah sekarang sampai punya fasilitas lah untuk menunjang peserta belajar di sini. Itu benar-benar apa ya? benar-benar asli itu benar. Benar-benar sampai malam lah gitu sampai jam 2 malam gitu ya. Kita diskusi terus-menerus gitu. Bahkan waktu itu kita kan langsung diberi kepercayaan untuk membina satu brand seller kayak ya. Yang namanya itu Perabotmart kan gitu jualan di baskom macam-macam gitu. Ini gimana ya omset-nya itu turun mulu awal-awal kayak gini gitu kan. Wah kita diskusi malam sampai Kang Cemil. Kan Kang Cemil itu hampir tiap hari datang ke sini gitu ya. Jadi Kang Cemil ini kan sebagai apanya ya sebagai dapur di toko *online* nya gitu. Jadi beliau yang mengurus segala iklannya, kemudian pengaturan di toko lainnya macam-macam kayak gitu. Oke. Gitu.

Pahma: Untuk perjalanan MMC nya kan Pak tadi di MMC pertama kan masih pengurus masih nah itu perjalanan peserta antusiasnya kayak gimana terus puncaknya itu kapan mereka pada banyak yang hadir?

Anggrita: Heem. Awalnya itu memang pas MMC belasan lah ya. Mungkin awal-awal tadi ada foto-fotonya kalau ada nanti kalau mau bisa dikasih. Jadi awalnya itu sangat sedikit sekali yang ikut MMC itu. MMC-nya yang audiensnya sedikit, terus mentornya cuma itu-itu aja gitu ya, Om Black sama Kang Adi gitu. Tapi *alhamdulillah* berjalan-berjalan berjalan di pertengahan bulan eh di pertengahan tahun 2024 gitu ya sampai akhir. Nah, itu mulai ada peningkatan gitu ya. Ada peningkatan eh jumlah peserta yang ikut gitu. Yang tadi yang awalnya kita niatkan program ini untuk masyarakat sekitar ternyata yang lebih antusias itu yang dari luar. Ada yang dari Kalimantan, Sulawesi, Sumatera, ada yang dari Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali juga gitu kan ya. Jadi apa sih? *booming* banget lah gitu. Dan di sini masjid affiliate adalah sebagai pionir atau pertama banget masjid yang mengadakan pelatihan TikTok *affiliate* ini gitu. Waktu itu belum ada. Waktu itu kita belum ada kompetitor gitu yang membuat program seperti ini yang serupa belum ada. Namun sekarang mungkin bisa dicek mungkin di TikTok ya ada satu akun mungkin ya yang mereka itu yang berbasis masjid pelatihan *affiliate*-nya itu gitu. Ada juga yang namanya itu apa ya? Oh, lupa lagi. Tapi ada sekarang itu mulai bermunculan. Dan sekarang sudah mulai banyak sekali kopdar-kopdar atau pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan di tiap daerahnya. Dan setelah kita cek ternyata mereka itu adalah alumni-alumni dari Malam Mabrit Cuan ini yang sudah sukses gitu. Ada yang dari Cimahi, ada yang dari Tasik, ada yang dari Banjarnegara, Jawa Tengah gitu kan ya. Mereka sudah belajar di sini berbulan-bulan, sudah sukses, ngadain acara di sana. Kemudian kita juga apa sih yang kerasa banget gitu ya, dari program ini meledaknya itu apa? Kita banyak yang mengundang. Mengundang dari instansi, mengundang dari pengurus masjid. Waktu itu kita masih rutin setiap sebulan sekali ngisi di Masjid Darul Tauhid Al-Hadi, Tangerang Selatan. Masjid yang punya AGIM gitu ya di sana. Kita rutin sebulan sekali ngisi di sana gitu. Kemudian kita juga pernah ngisi di Masjid At-Taqwa Cirebon gitu. Selebihnya pengurus masjid yang diundang ke sana gitu buat masjid. Ya, alhamdulillah gitu ya. Dari situ banyak yang undang. Ee apa sih? Kita ada sedikitnya pemasukan lah buat masjid.

Pahma: Berarti Pak, ee.. sebelum bertransformasi ini memang enggak ada masjid rujukan lain ya?

Anggrita: Enggak ada. Jadi enggak ada belum ada sama sekali masjid yang mengadakan pelatihan TikTok *affiliate*. Masjid affiliate ya pada waktu itu. Dan sekarang-sekarang baru tahun 2000 ya 2000 2005 akhirlah gitu kan. Mulai bermunculan mereka sekarang ada lagi hot-hotnya ada satu masjid di daerah Jakarta yang mengadakan pelatihan tipe *affiliate* berbasis masjid gitu. Kalau enggak salah namanya itu *affiliate* Muslim

Indonesia gitu maksud saya gitu ya. Namanya itu bisa dicek mungkin nanti di TikTok yang ada gitu. Namun awal-awal itu dari tahun 2024 gitu ya, satu-satunya masjid yang menyelenggarakan pelatihan tipe affiliate gratis gitu ya. Di ya itu masjid affiliate ini, Al-Kafi Bunut. Nah, tadi soal penambahan nama affiliate ya. Penambahan affiliate ini dikukuhkan di tahun ee.. 2025 Januari awal gitu ya. Disaksikan sama ee.. gurunya Kang Adit. Namanya *Coach* Fahmi ee... orang ee Jawa Timur gitu ya. Kita undang ke sini untuk ee peresmian ada penambahan nama affiliate ini. Jadi Masjid affiliate Al-Kafi Bunut. Ya, mungkin nanti bisa dicek di sini itu ada apa ya? Ada kayak peresmian gitulah, ada tanda-tanda gitu.

Pahma: Yang merubahnya sendiri itu A Adit?

Anggrita: Iya, betul. A Adit.

Pahma: Oke, lanjut ya pap buat pertanyaan-pertanyaan intinya nih. Bagaimana Bapak ini merancang strategi komunikasi dan promosi untuk menarik jemaah mengikuti program MMC?

Pak Anggita: Nah, gitu. Oke, nah waktu itu nah konten apa program ini ee.. mulai mulai sedikit, ramai, ramai, ramai. Nah, ternyata dari medsos masjid ini masih kacau balau, ya. Akunnya sudah ada, akun IG, akun TikTok sudah ada, tapi secara konten belum berjalan. Nah, dari situ mulai difokuskan untuk posting tiap hari bikin konten soal masjid affiliate gitu, terutama program malam Mabit Cuan ini. Dan pada waktu itu, Pak Angga itu belum bisa membuat konten, gitu ya. Nah, di tahun 2024 pertengahan Nah, Pak Angga ada amanah dari Kang Adit, "Pap, sok belajar bikin konten gitu ya yang biasa dulu aja." Disuruh sama Kang Adit. Pak Angga apa sih? Tahu banget gitu ya. Karena Pak Angga memang awalnya bukan konten kreator. Tidak seperti Om Black, tidak seperti Kang Adit yang memang dari tahun apa sih? Sebelum tahun bahkan mungkin sebelum adanya TikTok mereka itu sudah aktif konten membuat konten buat *video*. Sementara Pak Angga kan belum Pak Angga itu. Jadi masih apa lah? Masih jelek lah bisa dibilang memang jelek pasti. Bikin konten konten pertama kali pasti jelek enggak akan langsung bagus ya, benar kan? Kayak gitu. Tapi alhamdulillah gitu ya, meskipun kontennya itu apa sih hanya ngomong biasa ya, tidak ada macam-macam lah gitu. Tapi waktu itu pas posting pertama di akun TikTok masih langsung melejit *view*-nya itu. Langsung puluhan ribu, naik naik naik naik ya. Bahkan banyak banget sekarang itu banyak banget konten-konten yang FYP gitu. Karena memang seiring berjalannya Papap membuat konten, Papap tuh ngerasa jadi enak gitu bikin konten teh. Enggak gugup Enggak gimana-gimanalah gitu. Bisa improvisasi lagi, soal narasi enggak perlu pakai chat GPT lagi misalkan ya gitu kan. Paling minta apa sih buat kata-kata intinya lah. Habis itu dikembangkan sama Bapak di konten itu gitu. Lebih variatif lagi kontennya tuh, enggak cuma satu arah saja tapi Papap bikin konten wawancara juga karena semakin banyak yang datang ke sini itu mereka datang di hari biasa juga, kan banyak juga yang datang di hari *event*-nya ternyata banyak juga yang datang di hari biasanya. Nah, dari situ Papap benar-benar memanfaatkan banget nih situasi seperti itu. Misalkan ada yang datang dari luar kota Bandung, luar provinsi, datang ke sini ke Masjid Affiliate ya, Papap kontenkan, Papap wawancara gitu kan, konten wawancara lah itu. Oh, assalamualaikum Bunda. Dari mana, Bunda? Silakan terima kasih. Mohon maaf ini perkenalkan nama saya Pak Angga Humas Masjid di sini. Bunda mau ngapain sih ke sini misalkan gitu ya? Kayak seperti itu gitu kan. *Alhamdulillah* Pak Pangga ini Bunda Ani dari Jawa Tengah Oh, *masyaallah*. Oke, Bunda terima kasih silakan masuk gitu kan. Jadi seperti itu. Jadi Pak Pangga bikin konten wawancara. Eee.. kan itu bisa di apa ya? Bisa menjadi naik lah. Apalagi kita membuat konten wawancara dengan eee.. orang tua atau peserta yang ibaratnya itu ada ya ini mungkin bisa dijelaskan di sini ya. Ada unsur sedihnya gitu ya. Hehehe.. Ada unsur perasaannya itu pasti konten-konten yang seperti itu pasti naik. Oh. Gitu, *view*-nya pasti naik. Waktu itu Pak Angga pernah membuat konten bersama nenek-nenek yang beliau itu datang sama cucunya dari Jakarta pengen belajar Tiktok *affiliate* ya itu langsung bikin konten dan langsung meledak FYP. Gitu kan. Jadi di situ. Jadi kontennya itu itu enak banget nih. Eeee.. , dan ya seperti itu ya. Kenapa pap Angga konten-konten yang konten-konten yang bisa naik itu ya? Karena mereka itu konten-kontennya mengangkat suatu eee.., perjuangan, suatu kesedihan. Pasti mereka itu pasti bakal naik lah Tapi terbukti memang benar itu. Pak Angga kontenkan. Waktu itu ada yang apa sih? Dari daerah Cimahi. Kan jauh Cimahi ini. Naik motor ke sini siang-siang panas-panasan. Kan pap Angga sambut. Apalagi sama Papap kan eee, kalimatnya lebih di-

wow kan lagi ya. ya, aduh. Bapak, aduh, Bapak-bapak keren banget ya, hujan-hujan, panas-panasan, jauh pula naik motor ya, buat belajar TikTok *affiliate* dan ternyata konten seperti itu naik gitu kan ya. Karena apa ya? Hehehehe...

Mulai jujur banget ya di sini. Jadi itulah rahasianya kenapa konten itu suatu konten yang bisa mulai itu meledak itu karena bisa FYP karena kita mengangkat suatu kisah, suatu perjuangan. Orang yang ingin benar-benar apalagi gini nih, pengen yang awalnya enggak punya penghasilan tapi karena mereka itu perjuangan awalnya itu, yang dari rumahnya itu jauh-jauh ke Bandung buat belajar ngonten di Tiktok Affiliate. Kan itu yang kita angkat. Yang akhirnya itu semakin bertambahlah mereka yang datang ke sini belajar buat di ya buat belajar Tiktok *Affiliate* di hari biasanya gitu. Bahkan ya mereka ada yang nginep di sini berlama-lama, ada juga apa sih? Ya, dalam artian berlama-lama itu bukan seminggu 2 minggu ya, tapi ada yang sampai berbulan-bulan gitu kan di sini. Gitu. Alhamdulillah lah gitu kan dari MMC ya di tahun 2024 pertengahan sampai eee.. 2025 akhir. Nah, kita intens banget bikin konten seperti itu.

Pahma: Selain isi konten yang kayak gitu mengangkat kisah gitu pap. Informasi tentang MMC apa yang paling ditekankan kepada masyarakat biar orangnya tertarik apa karena gratis atau apa gitu.

Anggrita: Heeh, gitu betul. Tentunya ini ada pembelajaran Tiktok *affiliate* yang gratis ya. Jadi, pembelajaran Tiktok affiliate ini adalah eee.. mereka bisa mendapatkan penghasilan tambahan tanpa harus ee.. bekerja atau apa gitu ya. Tanpa harus bermodalkan banyak enggak perlu. Yang perlu mereka lakukan itu adalah membuat konten, konten jualan. Nah, itu kan orang-orang ee.. apa sih tertarik banget nih ya. Apalagi kita dalam setiap kontennya itu kita selalu menampilkan GMV atau omset yang sudah diraih oleh seorang konten kreator. Itu kan keren banget nih. Nah. Nah, itu kan menjadi daya tariknya. Kemudian gratis. Nah, itu gratis itu jadi apa ya? Eee.. jadi gulanya lah orang-orang bisa datang ke sini ke Masjid Affiliate gitu ya. Jadi kita kasih gulanya terus nih, gulanya apa macam-macam kayak tadi. Kita membuat konten yang seperti itu menampilkan omset ya gitu kan. Terus kita menampilkan para anak muda, para orang tua. Jadi kan program malam mabit cuan ini kan sebetulnya mah untuk semua kalangan ya gitu ya. Tidak untuk yang muda, tidak untuk yang tua gitu kan. Nah, kita angkat nih kisahnya gitu. Ternyata ya, ada usia yang 70 tahun, udah kakek-kakek, udah punya cucu, masih tetap bikin konten pengen dapat penghasilan itu akhirnya ternyata ini hasilnya harus beneran gitu. Nah, itu kan bisa jadi pemanis gitu buat mereka yang pengen dapat penghasilan tambahan gitu ya, seperti itu. Itu plusnya, tapi ada juga minusnya. Masalahnya ternyata munculnya banyak banget Pahma. Dari situ gitu ya, mereka itu yang datang ke sini itu ternyata mereka yang benar-benar membawa masalah banget gitu. masalah yang terkait dengan permasalahan ee.. uang gitu ya. Gitu kan. Jadi kasusnya itu apa? Ada yang mau diceraikan. Ada yang mau minta cerai sama suaminya, sama istrinya gitu ya.

Ada yang bingung mau pulang ke mana gitu ya. Ee.. pulang ke rumah mertua udah enggak dianggap. Pulang ke rumah orang tua sendiri ngapain pulang ke sini gitu kan ya gitu. Jadi masalahnya itu banyak banget mereka yang datang ke sini yang berkaitan dengan masalah masalah finansial. Nah, mereka itu pengen nginep di sini berlama-lama biar bisa belajar gitu kan ya. Kemudian bahkan dari situ juga banyak banget yang akhirnya bukan belajar Tiktok *Affiliate* tapi malah malah mereka itu minta kerjaan sama kita. Jadi pengurus masjid atau apalah gitu. Nah, itu kan jadi berbelok banget kan. Emang kita dampak itu banyak banget peserta yang datang ke sini. Tapi ternyata minusnya juga ada. Ya, tantangan juga, ada masalah juga, banyak banget. Begitu. Kemudian masalah lainnya, sudah masuk ke masalah mungkin ya. Masalah lainnya itu adalah kita banyak sekali ee... tindakan pencurian di sini. Begitu. Ya. Ternyata semakin banyak peserta yang datang dan menginap di hari biasanya itu, sebetulnya mereka kan datang dengan niat belajar ada, datang dengan niat yang lain juga banyak banget, gitu kan. Kita pernah sampai sering memergoki ee.. peserta ini mungkin karena kebetulan pesertanya itu perempuan gitu ya dan kasusnya juga kebanyakan perempuan. Jadi ada ibu-ibu yang sengaja mengambil HP, ada yang mengambil ee ..alat macam-macam, ada yang mengambil dompet gitu kan ya gitu. Ternyata semakin banyak orang yang ke sini itu ee.. apa sih punya ya menimbulkan atau memunculkan masalah berat juga gitu ya. Di

Masjid Affiliate ini gitu. Padahal kita di sini pengurusnya itu udah terbuka banget. Eee.. kita menjadikan pelatihan untuk afiliate yang gratis gitu ya.

Dan mereka kalau pengen fokus ya kita awal-awal itu perbolehkan mereka untuk menginap di sini berlama-lama gitu kan. Namun setelah kita kaji kembali gitu ya ke sini ke sini gitu ya. Untuk itu mungkin distop dulu ya buat orang-orang yang datang di hari biasanya dan pengen menginap lama di sini kita stop dulu. Mungkin kalau di sini kalau paham melihat ada beberapa orang di sini memang itu udah lama banget dari dulu gitu ya. Jadi aturannya belum berlaku. Tapi kalau yang aturannya sekarang mau yang menginap sambil belajar berlama-lama enggak bisa. Karena mereka apa sih ada yang enggak tahu kabarnya takutnya gini kita itu Masjid Affiliate lihat menjadi masjid yang apa ya sebagai tempat pelarian gitu. Tempat pelarian buat orang-orang yang bermasalah. Karena banyak banget gitu ya. Kayak ada yang dikejar-kejar hutang macam-macam kayak gitu.

Bahkan di antara mereka yang menginap lama di sini, mereka itu banyak yang memanfaatkan situasi. Gitu. Nah, kan seolah-olah mereka itu kayak jadi mentor kan di sini kan? Kayak jadi pengurus kan? Padahal tamu mereka tuh. Karena mungkin melihat itu sudah lama menginap di sini gitu kan ya. Tapi kita tidak pernah sedikitpun menyatakan bahwa mereka itu sebagai pengurus karena mereka sudah menginap di sini enggak. Jadi enggak pernah laku. Waktu itu mungkin pengurus intinya di sini lagi enggak ada dan mungkin ya, gitu kan. Jadi, yang ada itu di sini yang menginap atau tamu yang lama tinggal di sini. Tiba-tiba ada tamu yang baru datang ke sini. Nah, di situ mulai apa ya? Mulai yang memanfaatkan situasi. Ada juga kasus yang apa sih? Si tamu yang udah menginap lama di sini, mereka mengajarkan Tiktok *affiliate* ke yang baru, tamu yang baru. Si tamu ini yang lama ini minta imbalan. Hmm. minta imbalannya itu gede, bahkan juga yang meminjam uang gitu kan. Ee.. itu kan ee apa sangat apa ya? Kok jadi seperti ini gitu ya masalahnya. Jadi melebar seperti ini gitu. Bahkan pap Ang waktu itu pernah *live* ya di akun TikTok Masjid Affiliate. Apa enggak langsung ditanya oleh audiens yang join itu.

Pap Angga, di Masjid Affiliate masih ada orang inikah namanya ini ini ini gitu kan. Kenapa Kang? Gitu kenapa gitu. Ee.. mohon maaf ya ya, karena orang ini Pap Angga pernah pinjam uang ke saya. Maksudnya itu tamu yang lama ya, ya disini. Itu kan. Pinjam uang ke saya berapa Pak uangnya itu? Sekitar Rp3 juta, Pak gitu. Janjinya itu selama 3 bulan mau dilunasin. Tapi sekarang udah bulan keempat, bulan kelima, kok enggak ini ya gitu kan? Dan nomornya udah enggak aktif. Nah, itu kan jadi bumerang banget nih. Ternyata jadi masalah bangetlah buat masjid Affiliate. Ya, takutnya itu kan jadi mengatasnamakan masjid, pengurus masjid. ya. Gitu. Dan itu sampai sekarang ee.. masalah seperti itu terus berulang. Sampai sekarang? Sampai sekarang gitu, gitu kan. Macam-macam lah. Ada yang disuruh apa sih beli sampel di akunnya pribadi, macam-macam gitu kan ya. Di akun yang ngajarin gitu. Itu kan jadi komisinya buat dia kan ya gitu kan. Masa ada ya orang pengen belajar terus si sempelnya itu beli ke akun yang ngajarinnya dia gitu kan. Itu kan kacau gitu kan. Nah seperti itu. Jadi seperti itu. Semakin banyak peserta yang datang ke sini itu ada plusnya juga tapi banyak juga yang minusnya juga.

Nah makanya kita di sini mulai benar-benar di ee.. segala bentuk aturan, SOP, mulai benar-benar dikukuhkan ya sama Kang Aska sebagai ketua DKM di sini gitu. Kita sudah tidak menerima lagi tamu-tamu yang menginap gitu ya. Ee.. kita ee mungkin kalau menginap juga benar-benar apa ya? Benar-benar kita pantau gitu ya. Kita benar benar-benar kita tanya gitu kan. Jangan sampai mereka itu hanya sekedar ya datang ke sini, numpang tidur di sini. Bahkan banyak juga mereka yang tidur di sini gitu ya. Hanya tidur saja. Numpang tidur aja. Engga membuat konten ya. Nah, itu kan ee.. aneh ya gitu kan. Seperti apa gitu. Nah, gitu. Pokoknya kita ee.. di sini dan Pak Angga kan sebagai humasnya, Pak Angga sering banget menerima curhatan dari para peserta di sini. Bahkan Pak Angga ketika bulan puasa kemarin kaget banget ada ibu-ibu yang ee... apa sih datang ke sini tiba-tiba. Gitu ya. Enggak izin sama suaminya, tiba-tiba pengen ngobrol sama Pak Angga. subuh dan langsung nangis-nangis. Beliau cerita karena beliau itu kena musibah, kena scam. Kena scam akhirnya rekeningnya itu di Kuras habis. Dan itu enggak selesai

menimbulkan hutang baru. Nah, si hutang baru ini beliau menutup dirinya itu dengan cara pinjol lagi. Pinjol lagi gitu ya. Dan pinjol ini yang si ibu itu lakukan tidak izin ke suaminya.

Jadi sebelum-sebelumnya itu yang hutang kena scam-nya itu dilunasi oleh si ee... keluarga suaminya. Nah, kan masih belum tuntas. Si istrinya itu mencoba ee.. menutupinya lewat pinjol. Nah, lewat pinjol ini si istrinya itu enggak izin ke si suaminya itu. Nah, sudah kebayanglah pasti bakal marah gimana atau gimana. Ada tetangganya yang nyaranin, "Coba, Bu, pergi aja ke Bandung ke Masjid Affiliate." gitu kan. Nah, itu kan kaget pokoknya tiba-tiba subuh-subuh ada ibu-ibu yang nangis-nangis ke Bapak curhat gitu kan. Pap Angga, saya boleh bicara enggak gini? Kalau masalahnya gini-gini gitu. Saya takut banget ya. Eee.. udah dari semalaman saya eee.. enggak ngangkat telepon dari suami saya. "Ya memang kenapa, Bu?" Gini gini gini. Waduh Ibu, Ibu salah banget kata saya gitu. Kan jangan seperti seperti itu. Coba deh mana sih nih handphone-nya gitu. Eee .. pap Angga mau coba jadi yang menengahilah gitu.

Meskipun Pak Pangga waktu itu sedikit apa ya? Takut juga ya. Soalnya takutnya gimana? Takutnya jadi kambing hitam dong. Pak Angga sini tiba-tiba takutnya jadi disangkanya Pak Angga atau pengurus pasti ngulik si ibu misalkan kan bisa jadi. Karena si ibu itu pergi ke sini enggak izin dulu juga sama suami. Gitu. Nah, setelah itu ditelepon nyambung sama suaminya. Eee.. oh ini dengan Pak Ibu suaminya Ibu ini. Oh, iya betul. Eee.. istri saya ada di situ enggak? Ada, Pak, di sini. Oh, iya udah. Eee.. saya pengen jemput ya. Jemputlah itu dari Tangerang. Dari si Bapak itu berangkat dari pagi itu ya. Nyampe ke sini siang langsung dibawa pulang ke sini istrinya.

Pahma: Berarti hambatannya juga Banyak ya kan?

Anggrita: Banyak, maaf-maaf ya gitu. Yang awalnya kita itu memang pengen banyak yang belajar ke sini, ngonten macam-macam gitu kan. Tapi ternyata dampaknya juga masalahnya banyak banget juga.

Pahma: Dengan banyaknya masalah kayak gini terlintas jadi pengurus buat menghentikan operasional masjid yang saat ini gitu?

Anggrita: Eeee.. tentu tidak gitu ya, tentu tidak. Karena kita tadi targetnya itu pengen yang awalnya tidak punya penghasilan punya penghasilan. Namun kita antisipasi, kita awasi terus perketat aturannya, kita apa sih? Pemberitahuan lagi lewat konten, informasi. Jadi buat Ibu-ibu yang datang pengen ke Bapak-bapak yang pengen belajar di hari biasa, kita sudah tidak lagi menerima kayak gitu. Itu intens banget. Eee... yaitu untuk meminimalisir, meminimalisir orang-orang yang aneh datang ke sini yang mau hanya memanfaatkan situasi.

Mungkin nanti bisa dilanjut sudah salat Jumat ya? Ya udah tuh.

JEDA

Pahma: Sebenarnya dilanjut yang tadi, Pak. Selain dari promosi lewat media sosial, ada lagi gak strategi komunikasi lain promosinya?

Anggrita: Oke, kan kita sebetulnya mah kita optimalkan dulu sama melalui media sosial, gitu ya. Karena penyampaian media informasi lewat medsos ini lewat konten sangat-sangat efektif, gitu. Kita tidak perlu repot-repot untuk sebar brosur, tidak perlu repot-repot untuk mengiklankan di sebuah *platform* kayak IG lah, kayak gitulah ya, gitu kan. Meskipun itu nanti jadi pilihan, tapi gak jadi patokan, gak jadi fokusnya di situ. Tapi kita intenskan dari pembuatan konten kita sendiri di akun kita. Di akun TikTok masjid sama di kedua akun IG masjid. Kan masjid punya dua akun IG. Nah, kita optimalkan di situ. Nah, cuma kita kendalanya, kita masih terus berpikir untuk memberikan konten-konten yang ibaratnya itu menyesuaikan perkembangan tahun sekarang gitu, seperti apa gitu. Mungkin konten-konten yang sifatnya itu kita hanya *direct* ngomong kayak gitu atau konten hanya wawancara, sudah tidak diminati lagi mungkin oleh penonotn atau *followers* kita, gitu. Nah, Papa Angga dan juga bagian humas di sini dan media di sini terus berpikir gimana kira-kira konten yang lebih efektif lagi gitu, yang sesuai dengan perkembangan sekarang, gitu kan. Nah, diambil kita juga terus melihat gitu ya, masjid-masjid yang berkembang secara media

sosialnya, kayak masjid di Sejuta Pemuda. Itu kan kontennya kita amati ya. Jadi kontennya itu cara mereka bikin itu kayak sambil apa ya, ibaratnya mah kalau bahasa Sundanya mah *susulumputan* (sembunyi-sembunyi) gitu. Jadi secara diam-diam bikin kontennya itu ya mungkin si videografernya itu dari kejauhan, nah tiba-tiba ada *talent*-nya mungkin masuk atau di mana kayak gitu, gitu ya. Nah, itu kan viral banget nih. Masjid Sejuta Pemuda itu kontennya seperti itu, dengan yang sifatnya itu adalah konten-konten sosial. Seperti kan Masjid Sejuta Pemuda itu yang ada di Sukabumi, kenapa mereka jadi viral? Karena mereka viral ketika membuat konten ngasih bantal, ngasih guling buat tidur, ngasih selimut kepada apa sih, jemaah yang datang ke masjid mereka, gitu. Dan cara mengontenkannya itu secara diam-diam gitu, gak langsung di kamera di-*shoot* enggak, kayak gitu kan. Nah, itu kan jadi sifat konten itu selama itu ada nilai jual untuk meningkatkan emosional penonton, itu pasti menarik, pasti bakal apa sih, bakal naiknya bakal FYP. Kayak masjid affiliate waktu itu bikin konten wawancara, kita mengangkat apa sih, emosional mereka, mereka yang jauh-jauh datang dari seluruh provinsi datang ke Indonesia, dengan usianya yang udah begitu gak muda lagi gak tua lagi, itu kan *effort* banget nih. Nah, itu kita naikan. Kita naikan apa sih, gimana ya ibaratnya mah cara pandang orang melihat kontennya kayak gimana. Pasti orang-orang bakal naik ketika menonton konten-konten yang emosional. Ya mungkin Pahma juga bisa melihatlah konten-konten yang sosial, yang bertemakan sosial, pasti mereka itu dalam tanda kutip sedikit menjual emosional si itu ya kan, si *talent*-nya, kan pasti itu, seperti itu. Dan itu bukan jadi, "Wah, gimana-gimana," enggak, udah semua masjid seperti itu ketika bikin konten teh, gitu. Pas diatur konten standar mah hanya ini kan, pasti moal (tidak) moal naik kan, he-eh gitu. Seperti itu. Jadi kita masih mengoptimalkan pemberitahuan informasi soal program masjid lewat konten. He-eh, gitu.

Pahma: Nah, Pak, kebanyakan kan yang hadir tuh dari luar, kan? Kebanyakan tuh. Nah, terus maksudnya kalau minat dari warga setempat kan masih kurang didengarnya. Nah, itu menurut Bapak gimana tuh? Apa tuh penyebabnya?

Anggrita: Yang pertama, ini mah baru asumsi bapak saja sendiri gitu. Karena memang awal program ini itu adalah untuk masyarakat sekitar dulu, karena permasalahan sekitar seperti ini, gitu ya. Nah, kita hadirkan solusinya. Kalau boleh berpendapat secara pribadi, mereka itu mungkin masih enggan untuk belajar TikTok *Affiliate* karena dilihat pembelajaran TikTok *Affiliate* ini, cara dapat cuan dari TikTok, harus berproses dulu, harus bersabar dulu, membuat konten, konsisten tiap hari, gitu kan. Nah, yang Bapak melihat mungkin mereka belum siap dengan cara seperti itu. Mereka itu ingin langsung dapat uangnya langsung, dapat hasilnya langsung, gitu kan. Yang Bapak merasa sih seperti itu, gitu kan. Kalau boleh Bapak berasumsi, mereka masih belum apa ya, masih enggan lah mau belajar TikTok *Affiliate*. Tapi adalah beberapa di sini ada anak-anaknya yang belajar, namun bisa dibilang hanya sedikit sekali yang seperti itu, gitu. Namun tetap kita masih memberikan manfaat kepada mereka berupa ya pembelajaran TikTok *Affiliate* ini. Kan pasti banyak yang datang dari seluruh Indonesia kan, datang ke sini, gitu kan ya. Jadi mereka bisa berjualan. Uh, bisa berjualan makanan, gitu ya. Makanan berat, makanan ringan, minuman, macam-macam lah. Nah, di situ mungkin ada dampak sedikit kecil buat mereka bisa berjualan. Intinya kita gimana caranya terus berupaya berpikir menghadirkan masyarakat ya, gimana caranya bisa menghadirkan banyak orang ke sini, ke Masjid Affiliate. Otomatis kalau mereka datang ke sini banyak gitu ya, kan jualannya juga pasti banyak kan ya, yang terjual makanan, gitu. Jadi seperti itu. Kalau boleh Bapak berasumsi gitu ya, yang mungkin mereka masih se-seperti itu, masih enggan.

Pahma : Kebanyakan yang dilihat kan pesertanya tuh banyak orang tua, Pak. Itu perjalanannya emang dari awal orang tua yang banyak hadir, atau kayak gimana tuh?

Anggrita: Nah, justru awalnya itu kita mentargetkan anak muda. Ya kan? Karena kita kan di sini waktu itu ya karena pengurusnya anak muda, gitu ya. "Ah, kita pengen targetnya anak muda dulu," karena anak muda ini dilihat secara energi secara tenaga itu masih besar, gitu kan ya. Harus diarahkan ke hal-hal yang positif, yang benar, gitu. Di sini kan positif banget ya, pembelajaran TikTok *Affiliate* ini. Apalagi dapat cuan dari TikTok, yang bilamana kita udah konsisten dapat uang, itu bisa tiap hari. Jadi mereka dalam usia

muda itu, gitu ya, 18-18 tahun ke atas, mereka udah punya penghasilan sendiri gitu. Yang tidak perlu membebani orang tua mereka di- sendiri gitu, seluruh gitu kan. Ya minimal-minimal mereka buat uang buat jajan, buat beli apa lah macam-macam mungkin ya kayak gitu, gak perlu lagi minta sama orang tua. Kalau lebih wah-nya lagi mungkin mereka udah bisa sekolah sendiri, biaya sendiri, gitu kan lebih keren lagi gitu kan. Awalnya kita seperti itu. Namun memang dari MMC *batch* ke-28 itu ada pergeseran usia, gitu ya. Bapak juga itu tuh masih terus berpikir, masih terus gimana nih, kenapa gitu. Masih mengamati gitu dengan Kang Aska di sini, dan pengurus-pengurus yang lain, kenapa sekarang itu lebih banyak orang tua yang datang ke sini buat ikut acara. Kalau boleh Papap berasumsi Papap gitu ya, karena Bapak di sini sebagai humasnya, yang berinteraksi langsung dengan peserta di sini, gitu ya. Yang pertama, ternyata banyak di antara mereka para orang tua, mereka itu masih punya anak yang perlu dibiayai. Padahal secara usia mereka itu pekerjaan udah pensiun. Ada banyak yang seperti itu, gitu kan ya. Kemudian yang kedua, jadi mereka itu udah pensiun, bingung mau ngapain lagi, gitu. Sementara ada yang udah hidup sendiri. Dalam artian suaminya udah meninggal, istrinya udah meninggal, terus anaknya pada ke mana? Udah berkeluarga. Terus ada yang sudah bekerja di luar negeri gitu kan, otomatis beliau di sini ngapain lagi gitu ya di rumah sendiri, macam-macam. Dan itu ada. Dan di sini ada salah satu contoh, ee untungnya *case*-nya (kasusnya) ya, ada si Ibu, Bunda Mimi, dia itu orang Archamanik. Dia suaminya udah meninggal, anaknya itu, anaknya satu, tapi kerjanya jauh, di luar kota, eh di luar kota, di luar, ya negaralah gitu, di Jepang. Dia kan bingung mau ngapa-ngapain. Itu kan beliau sampai mengontrak di sini, menyewa kamar buat belajar ngonten di TikTok *Affiliate*, gitu. Dan kalau mereka... dan kalau di rumah sendiri, diam di rumahnya di Archamanik kan bingung mau ngapain. Jadi ya udalah ke sini, gitu. Itu kan jadi salah satu faktornya, gitu kan. Kemudian yang ketiga mungkin dari konten yang kita sajikan sekarang, kayak apa ya, kayak belum me- mengait lagi anak muda, gitu. Karena kebanyakan dari konten yang wawancara itu, gitu ya, Papa itu kebanyakan kontennya itu wawancara dengan orang tua. Gitu. Karena memang ada ya tadi pergeseran tadi lah, pergeseran usia yang datang ke sini itu. Tapi ada beberapa yang datang ke sini anak muda, gitu kan. Cuma memang secara jumlah lebih banyak orang tuanya, gitu kan. Itu. Terus apa lagi ya, mungkin ini mah hanya studi kasus saja gitu kan. Kalau dilihat sama Bapak gitu ya, kebanyakan anak muda sekarang, zaman sekarang, karena mereka itu kuliah, gitu kan ya. Jadi *mindset* kuliah itu sekolah kita di Indonesia itu ya outputnya itu adalah menghasilkan atau jadi karyawan, gitu. Nah, mereka tidak dilatih untuk berwirausaha. Taunya mereka, "Ah, pengen lulus kuliah dapat gelar S1, S2, S3," ya itu, ya udah dapat kerja. Nah, itu kan masih kebanyakan itu *mindset*-nya seperti itu. Satu *mindset* seperti itu, terus yang keduanya itu adalah ya memang sistem pendidikan di Indonesia seperti itu. Jadi mencetak masyarakatnya itu untuk menjadi karyawan, jadi pekerja. Nah, padahal gitu ya, selama apa sih, masih bisa diusahakan sama kita, kita coba deh, jual, berdagang atau jual apa mungkin gitu ya. Kita punya pabrik mungkin, kita punya keahlian bikin makanan, coba dijual secara *online*, itu kan lebih bagus itu. Dan disesuaikan dengan perkembangan zaman sekarang, karena zaman sekarang itu jual beli itu lewat *online*, orang gak perlu harus lagi datang ke toko, ke supermarket gak perlu, cukup di online saja, mereka sambil di rumah bisa belanja, gitu kan. Nah, jadi seperti itu, banyak faktor lah kenapa sekarang ada pergeseran. Yang asalnya itu anak muda kok jadi sekarang orang tua, gitu ya. Nah, itu mem- mungkin Pasma untuk caranya ya kita masih terus memikirkan sampai sekarang, ee kira-kira formula yang tepat apa sih, gitu kan ya, seperti apa. Apakah dari segi kontennya, apakah dari segi macam-macamnya, misalkan gitu. Karena memang kita sebetulnya ya ada kerepotannya juga. Karena semakin datang banyak peserta yang tua di sini, gitu ya, mereka itu cara

pengajarannya beda lagi dengan pengajaran untuk anak muda. Anak muda itu seusia Pasma atau yang lainnya, gitu ya, ya kalau yang namanya edit *video* mah udah bisalah ya, edit standar mah gitu, tapi kalau orang tua perlu, "Duh, Papa Angga, ini pencet mana ya? Pencet..." nah, gitu kan. Nah, kayak gitu. Jadi kendalanya seperti itu, gitu kan. Tapi tetap kita mah dalam artian tidak pilih-pilih ya, tidak pilih-pilih peserta. Setidaknya mereka ingin punya penghasilan, punya niatan yang baik, mengubah ekonomi mereka dari ya dari yang asalnya tidak punya, jadi punya melalui TikTok *Affiliate*, ya kenapa enggak, gitu.

Pahma: Terus, Pak, terkait pengelolaan komunikasi internal dari panitia selama MMC berlangsung tuh kayak gimana?

Anggrita: Jadi komunikasi internal secara panitia, saat acara MMC panitia? Oke, yang pertama, kita terus mengoptimalkan komunikasi lewat grup WA, gitu kan, lewat grup WA. Jadi kita optimalkan terus komunikasi di situ. Kemudian, apa sih, intinya mah setiap pengurus ya ketika pas acara itu, WA-nya harus aktif, gitu kan ya. Jangan sampai ada *miss* nih, ada informasi yang kurang jelas. Misalkan di bagian acara, perlu ke bagian operasional karena si miknya gak jalan misal atau apa. Nah, itu kan bisa tersampaikan ketika kalau penyampaiannya melalui grup WhatsApp kan harus aktif semuanya, nah. Di sini harus benar-benar bisa menjaga dan itu udah apa ya, udah dikasih tahu sebelum-sebelumnya gitu kepada pengurus, bahwa setiap grup itu harus aktif harus *on*. Takutnya jadi *miss* atau apa lah gitu. Apalagi ketika kita kedatangan tamu besar misalkan, ataupun mentor-mentor yang besar. Kan kita gak tahu nih kalau kita grupnya gak aktif, misalkan, "Oh, itu udah datang nih mentornya, Bang Neo," misalkan. Sementara belum ada yang nyambut atau yang nerima tamu, kan itu bisa jadi masalah, kayak gitu. Terus macam-macam lah hal yang berkaitan dengan parkir juga, kemudian mobil, motor, macam-macam lah pedagang juga, kita komunikasinya lewat grup WhatsApp, gitu. Jadi baru sebatas itu aja sih kalau komunikasi pas acaranya ya, gitu.

Pahma: Terus kalau pesan utama yang selalu papap konsisten sampaikan kepada publik tentang Masjid Affiliate itu apa?

Anggrita: Oke, yang pertama tentunya soal program itu ya, program malam maba cuan ini, gitu. Karena dari program malam maba cuan ini, *feedback*-nya yang apa buat masjid adalah Masjid Affiliate lebih banyak dikenal, lebih banyak orang yang datang ke sini. Tentunya kita apa sih, gak cuma mengejar biar jemaah banyak ke sini ya, tapi kita juga pengen memberikan manfaat yang besar buat masyarakat. Melalui melalui pembelajaran TikTok *Affiliate* ini kan, yang awalnya tidak punya penghasilan jadi punya penghasilan, gitu. Jadi kita memang dari ada arahan dari Kang Askanya, bahwa kita branding-nya ini dulu deh, masjid dulu, gitu kan, masjid supaya dikenal. Jadi beda dulu lah gitu. Nah, itu kan dari Kang Aska, Kang Adit juga selalu memberikan apa sih, arahan, masukan seperti apa, dari Om Blek juga sama, dari Kang Cemil juga sama. Pokoknya dari semua *founder-founder* program ini selalu memberikan arahan-arahan ataupun masukan-masukan ya untuk keberlangsungan ini, gitu, program ini. Karena ya *qodarullah* gitu ya, masjid waktu itu udah banyak sekali caranya, strateginya, program yang seperti apa biar masyarakat biar bisa biar masyarakat datang ke sini, kemudian biar banyak yang berinfak ke sini, gitu kan, seperti itu. Cuma caranya seperti itu kita masih belum menemukan. Nah, alhamdulillah di tahun 2024 itu, kita ada program pembelajaran TikTok *Affiliate* atau program malam maba cuan, gitu. Dan *insyaallah* sih menurut Bapak mah gitu ya, infak masjid biar pengen banyak, misalkan. Ya itu mah masjid harus bisa mendatangkan banyak jemaah ke sini, gitu. Kalau hanya sedikit jemaahnya yang datang ke sini, gitu, ya mungkin infak masjid ya sedikit atau apa. Seperti itu.

Pahma: Terus Pak, ada gak perbedaan efektivitas antara promosi lewat medsos gitu ya, sama perbedaan misalkan komunikasi orang tua dari mulut ke mulut gitu antara peserta?

Anggrita: Oh tentu, untuk itu beda banget, jadi lebih efektif efisien lewat media sosial, gitu Mah. Dan sekarang kita benar-benar dioptimalkan gitu, di grupnya, kemudian di DM-nya ya, DM TikTok, DM Instagram. Benar-benar kita pantau. Makanya di sini kita ada tim apa sih, humasnya yang khusus admin lah, menjawab *chat* pertanyaan setiap yang masuk lewat grup, lewat DM, gitu. Jadi jangan sampai mereka apa ya, menanyakan hal soal program yang ada di Masjid Affiliate, jadi telat gitu. Makanya kita benar-benar *standby* di sini tadi ada adminnya Keyla, untuk menjawab semua pertanyaan dari anggota grup malam maba cuan, lewat DM TikTok, lewat DM IG juga.

Pahma : Terus kadang kalau lewat mulut ke mulut kadang suka ada *miss* informasi juga ya, Pak?

Anggrita: Betul, gitu. Dan apa sih, takutnya kan di sini, takutnya ada perbedaan informasi. Tadi karena kan di sini, mohon maaf ya, ada peserta atau tamulah yang menginap lama di sini gitu kan. Takutnya salah menyampaikan informasi kepada tamu yang baru pertama kali datang ke sini. Itu kan bisa berabe, jadi salah. Apalagi meng-image-kan bahwa beliau itu sebagai pengurus masjid, padahal tidak. Padahal hanya sebagai tamu yang belajar TikTok *Affiliate*, cuma menginapnya lama di sini. Makanya Papap juga apa sih, terus mencari gitu ya, ini tuh kenapa kenapa mereka bisa berlama-lama menginap di sini gitu kan. Kalau pas Papa tanyakan mah ada yang benar-benar mereka itu belajar, belajar ngonten, belajar TikTok *Affiliate*. Cuma setelah itu, setelah ditelisik lebih dalam lebih dalam lebih lama, ternyata balik lagi, permasalahan mengenai finansial dan juga keluarga, gitu. Ada di sini salah satu bapak-bapak. Ternyata beliau itu udah bercerai dengan istrinya. Istrinya orang Kalimantan, beliau orang Lebak. Punya dua anak. Nah, masing-masing si anaknya itu, satu tinggal sama ibunya, satu tinggal satu tinggal sama bapaknya. Nah, kalau si bapaknya, karena di sini masih punya nenek, nah si yang tinggal si anaknya yang tinggal sama Bapak ini, tinggal sama neneknya di Bandung, daerah Kopo. Nah, si bapaknya kan di sini. Jadi seolah gak tau ya anaknya gitu nya gitu. Tapi ternyata ya setelah ditelusuri masalahnya seperti itu, balik lagi, masalah apa sih, masalah ekonomi, gitu kan. Dan ya oh yang Papa khawatirkan itu gitu kan, lama-kelamaan Masjid *Affiliate* ini sebagai tempat, yang memang sebenarnya kita taukan. Tapi ternyata tingkat orang beda lagi, yang pengen belajar, yang pengen hanya sekedar cari tempat saja, macam-macam, gitu.

Pahma : Nah, dari yang Bapak tahu kebanyakan peserta ini banyaknya tahu dari medsos atau ajakan dari teman yang udah ke sini atau pernah datang gitu?

Anggrita: Yang awalnya itu dari medsos yang pertama, terus yang kedua itu dari ajakan juga. Terus soalnya banyak juga sih yang tahu dari mulut ke mulut, oh gitu, gitu nya, terus ada yang tahu juga dari alumni. Pas mereka pulang gitu ya, ada tetangganya pengen ikut, nah diinformasikan, gitu. Cuma Papap mah sih lebih mengoptimalkan penyampaian informasi lewat konten. Di situ. Tapi tetap ada masalah juga, Mah, penyampaian informasi lewat konten itu, karena apa? Tidak semuanya itu memahami apa yang kita sampaikan lewat konten. Padahal di situ informasinya udah jelas ya, judul kontennya udah jelas, narasinya udah jelas. Misalkan, kan teman yang teman-teman yang datang ke sini tuh dari berbagai luar kota luar provinsi. Mereka itu kebingungan untuk stasiun ataupun terminal. Gitu kan di Bandung yang paling dekat dengan Masjid *Affiliate*. Sementara Papap udah berapa kali gitu kan ya, bikin konten, bahkan Papap pernah bikin konten di Stasiun Kiaracondong, kemudian di Terminal Leuwi Panjang, gitu kan. Ini loh, hanya sekedar untuk menginformasikan bahwa ini di sini adalah tempat stasiun ataupun terminal yang paling dekat dengan Masjid *Affiliate*. Tapi setelah itu ya masih banyak juga yang nanya nge-chat ke Papa langsung atau lewat DM, emang gak, "Kalau stasiun terminal paling dekat di mana sih?" gitu kan, kan itu ya, udah ya, si maba gitu kan, ha-ha. Jadi memang kurang apa ya, kurang masyarakat kita kurang untuk literasi, membaca sendiri, ya deskripsikan kurang, gitu kan. Banyak ya yang belanja-belanja teh belanja yang seber belanja *wae* (saja), sekarang belanja *online* tanpa dilihat dulu deskripsi produknya seperti apa, kan gitu kurang lebihnya ya, orang belanja. Ya teh ini sama, sehingga kayak gitu pesertanya teh gitu. Jadi taunya datang, datang. Bahkan di antara mereka banyak yang belum tahu apa itu TikTok *Affiliate* pas mereka datang ke sini teh, gitu. Taunya Masjid *Affiliate* aja, Masjid *Affiliate* saja. Itu kan minimnya apa sih, ya literasi lah, mereka teh harus budaya baca dulu, nonton dulu kontennya, karena segala bentuk konten udah kita sediakan informasinya. Baik alamat, alamat Masjid *Affiliate* udah lengkap banget. Stasiun yang paling dekat dengan Masjid *Affiliate* apa saja, gitu kan ya, gitu. Bahkan kita kasih rekomendasi yang paling dekat di mana, yang jauh di mana. Itu kan berarti harus dihindari kan. "Papap Angga, saya ini udah di Terminal Cicaheum," gitu kan, jauh, itu kan jauh, kan jauh ya Cicaheum ya, he-eh. Bandung Timur kan, sementara yang paling dekat itu adalah Stasiun Kiaracondong, eh, terminal Leuwi Panjang, gitu kan. Nah, jadi informasinya benar-benar lengkap, Mah. Kita kasih opsi, pilihan yang paling jauh apa, yang paling dekat apa. Terus ketika kita kasih tahu informasi juga, nanti naik apa dari terminal ataupun stasiun buat ke sininya. Nah, kita saraninlah buat naik ojek online, biar apa? Biar tidak naik turun

angkot. Kalau mereka gak tahu kan, kalau kita gak informasiin, nanya lagi nanya lagi kan, gitu. Jadi sampai benar-benar lengkap banget, gitu kan ya, informasinya teh. Cuma ya gitu, ooo... para peserta tuh gitu ya, ada yang mengerti ada paham, ada juga yang tidak.

pengajarannya beda lagi dengan pengajaran untuk anak muda. Anak muda itu seusia Pahma atau yang lainnya, gitu ya, ya kalau yang namanya edit video mah udah bisalah ya, edit standar mah gitu, tapi kalau orang tua perlu, "Duh, Papa Angga, ini pencet mana ya? Pencet..." nah, gitu kan. Nah, kayak gitu. Jadi kendalanya seperti itu, gitu kan. Tapi tetap kita mah dalam artian tidak pilih-pilih ya, tidak pilih-pilih peserta. Setidaknya mereka ingin punya penghasilan, punya niatan yang baik, mengubah ekonomi mereka dari ya dari yang asalnya tidak punya, jadi punya melalui TikTok Affiliate, ya kenapa enggak, gitu.

Pahma : Terus, Pak, terkait pengelolaan komunikasi internal dari panitia selama MMC berlangsung tuh kayak gimana?

Anggrita: Jadi komunikasi internal secara panitia, saat acara MMC panitia? Oke, yang pertama, kita terus mengoptimalkan komunikasi lewat grup WA, gitu kan, lewat grup WA. Jadi kita optimalkan terus komunikasi di situ. Kemudian, apa sih, intinya mah setiap pengurus ya ketika pas acara itu, WA-nya harus aktif, gitu kan ya. Jangan sampai ada *miss* nih, ada informasi yang kurang jelas. Misalkan di bagian acara, perlu ke bagian operasional karena si miknya gak jalan misal atau apa. Nah, itu kan bisa tersampaikan ketika kalau penyampaiannya melalui grup WhatsApp kan harus aktif semuanya, nah. Di sini harus benar-benar bisa menjaga dan itu udah apa ya, udah dikasih tahu sebelum-sebelumnya gitu kepada pengurus, bahwa setiap grup itu harus aktif harus *on*. Takutnya jadi *miss* atau apa lah gitu. Apalagi ketika kita kedatangan tamu besar misalkan, ataupun mentor-mentor yang besar. Kan kita gak tahu nih kalau kita grupnya gak aktif, misalkan, "Oh, itu udah datang nih mentornya, Bang Neo," misalkan. Sementara belum ada yang nyambut atau yang nerima tamu, kan itu bisa jadi masalah, kayak gitu. Terus macam-macam lah hal yang berkaitan dengan parkir juga, kemudian mobil, motor, macam-macam lah pedagang juga, kita komunikasinya lewat grup WhatsApp, gitu. Jadi baru sebatas itu aja sih kalau komunikasi pas acaranya ya, gitu.

Pahma : Terus kalau pesan utama yang selalu papap konsisten sampaikan kepada publik tentang Masjid Affiliate itu apa?

Anggrita: Oke, yang pertama tentunya soal program itu ya, program malam maba cuan ini, gitu. Karena dari program malam maba cuan ini, *feedback*-nya yang apa buat masjid adalah Masjid Affiliate lebih banyak dikenal, lebih banyak orang yang datang ke sini. Tentunya kita apa sih, gak cuma mengejar biar jemaah banyak ke sini ya, tapi kita juga pengen memberikan manfaat yang besar buat masyarakat. Melalui melalui pembelajaran TikTok Affiliate ini kan, yang awalnya tidak punya penghasilan jadi punya penghasilan, gitu. Jadi kita memang dari ada arahan dari Kang Askanya, bahwa kita branding-nya ini dulu deh, masjid dulu, gitu kan, masjid supaya dikenal. Jadi beda dulu lah gitu. Nah, itu kan dari Kang Aska, Kang Adit juga selalu memberikan apa sih, arahan, masukan seperti apa, dari Om Blek juga sama, dari Kang Ceno juga sama. Pokoknya dari semua founder-founder program ini selalu memberikan arahan-arahan ataupun masukan-masukan ya untuk keberlangsungan ini, gitu, program ini. Karena ya qodarullah gitu ya, masjid waktu itu udah banyak sekali caranya, strateginya, program yang seperti apa biar masyarakat biar bisa biar masyarakat datang ke sini, kemudian biar banyak yang berinfak ke sini, gitu kan, seperti itu. Cuma caranya seperti itu kita masih belum menemukan. Nah, alhamdulillah di tahun 2024 itu, kita ada program pembelajaran TikTok Affiliate atau program malam maba cuan, gitu. Dan insyaallah sih menurut Bapak mah gitu ya, infak masjid biar pengen banyak, misalkan. Ya itu mah masjid harus bisa mendatangkan banyak jemaah ke sini, gitu. Kalau hanya sedikit jemaahnya yang datang ke sini, gitu, ya mungkin infak masjid ya sedikit atau apa. Seperti itu.

Pahma : Terus Pak, ada gak perbedaan efektivitas antara promosi lewat medsos gitu ya, sama perbedaan misalkan komunikasi orang tua dari mulut ke mulut gitu antara peserta?

Anggrita: Oh tentu, untuk itu beda banget, jadi lebih efektif efisien lewat media sosial, gitu Mah. Dan sekarang kita benar-benar dioptimalkan gitu, di grupnya, kemudian di DM-nya ya, DM TikTok, DM Instagram. Benar-benar kita pantau. Makanya di sini kita ada tim apa sih, humasnya yang khusus admin lah, menjawab *chat* pertanyaan setiap yang masuk lewat grup, lewat DM, gitu. Jadi jangan sampai mereka apa ya, menanyakan hal soal program yang ada di Masjid Affiliate, jadi telat gitu. Makanya kita benar-benar *standby* di sini tadi ada adminnya Keyla, untuk menjawab semua pertanyaan dari anggota grup malam maba cuan, lewat DM TikTok, lewat DM IG juga.

Yang awalnya itu dari medsos yang pertama, terus yang kedua itu dari ajakan juga. Terus soalnya banyak juga sih yang tahu dari mulut ke mulut, oh gitu, gitu nya, terus ada yang tahu juga dari alumni. Pas mereka pulang gitu ya, ada tetangganya pengen ikut, nah diinformasikan, gitu. Cuma Papap mah sih lebih mengoptimalkan penyampaian informasi lewat konten. Di situ. Tapi tetap ada masalah juga, Mah, penyampaian informasi lewat konten itu, karena apa? Tidak semuanya itu memahami apa yang kita sampaikan lewat konten. Padahal di situ informasinya udah jelas ya, judul kontennya udah jelas, narasinya udah jelas. Misalkan, kan teman yang teman-teman yang datang ke sini tuh dari berbagai luar kota luar provinsi. Mereka itu kebingungan untuk stasiun ataupun terminal. Gitu kan di Bandung yang paling dekat dengan Masjid Affiliate. Sementara Papa udah berapa kali gitu kan ya, bikin konten, bahkan Papap pernah bikin konten di Stasiun Kiaracandong, kemudian di Terminal Leuwi Panjang, gitu kan. Ini loh, hanya sekedar untuk menginformasikan bahwa ini di sini adalah tempat stasiun ataupun terminal yang paling dekat dekat dengan Masjid Affiliate. Tapi setelah itu ya masih banyak juga yang nanya nge-*chat* ke Papap langsung atau lewat DM, emang gak, "Kalau stasiun terminal paling dekat di mana sih?" gitu kan, kan itu ya, udah ya, si maba gitu kan, ha-ha. Jadi memang kurang apa ya, kurang masyarakat kita kurang untuk literasi, membaca sendiri, ya deskripsikan kurang, gitu kan. Banyak ya yang belanja-belanja teh belanja yang seber belanja *wae* (saja), sekarang belanja online tanpa dilihat dulu deskripsi produknya seperti apa, kan gitu kurang lebihnya ya, orang belanja. Ya teh ini sama, sehingga kayak gitu pesertanya teh gitu. Jadi taunya datang, datang. Bahkan di antara mereka banyak yang belum tahu apa itu TikTok *Affiliate* pas mereka datang ke sini teh, gitu. Taunya Masjid Affiliate aja, Masjid Affiliate saja. Itu kan minimnya apa sih, ya literasi lah, mereka teh harus budaya baca dulu, nonton dulu kontennya, karena segala bentuk konten udah kita sediakan informasinya. Baik alamat, alamat Masjid Affiliate udah lengkap banget. Stasiun yang paling dekat dengan Masjid Affiliate apa saja, gitu kan ya, gitu. Bahkan kita kasih rekomendasi yang paling dekat di mana, yang jauh di mana. Itu kan berarti harus dihindari kan. "Papa Angga, saya ini udah di Terminal Cicaheum," gitu kan, jauh, itu kan jauh, kan jauh ya Cicaheum ya, he-eh. Bandung Timur kan, sementara yang paling dekat itu adalah Stasiun Kiaracandong, eh, terminal Leuwi Panjang, gitu kan. Nah, jadi informasinya benar-benar lengkap, Mah. Kita kasih opsi, pilihan yang paling jauh apa, yang paling dekat apa. Terus ketika kita kasih tahu informasi juga, nanti naik apa dari terminal ataupun stasiun buat ke sininya. Nah, kita saraninlah buat naik ojek online, biar apa? Biar tidak naik turun angkot. Kalau mereka gak tahu kan, kalau kita gak informasiin, nanya lagi nanya lagi kan, gitu. Jadi sampai benar-benar lengkap banget, gitu kan ya, informasinya teh. Cuma ya gitu, ooo... para peserta tuh gitu ya, ada yang mengerti ada paham, ada juga yang tidak. strategi kita untuk mengurangi masalah-masalah yang terjadi. Pahma... Gitu.

Pahma : Terus terkait teknik persuasi, ada gak yang Papa gunakan itu dalam promosi MMC agar jemaah tuh tidak hanya tertarik doang tapi mereka tuh bisa ikut mengikuti kegiatannya?

Anggrita: He-eh, kalau pendekatan Papap mah sih kalau yang selama ini Papap lakukan adalah ya Papap biasa aja, persuasi, mengajak. Jadi humanislah Papap itu. Emang Papap mah orangnya tuh senang banget mengawali pembicaraan dengan orang, gitu. Jadi kalau ada peserta yang datang ke sini tiba-tiba duduk aja di selasar, selalu Papap ajak bicara atau diskusi, sambil ada bercanda-bercandanya gitu. Kalau selama ini pendekatan yang Papap lakukan seperti itu, gitu. Tapi berbeda dengan pendekatan *volunteer* atau pun anak-anak yang lain ya, gitu kan, cara seperti apa. Tapi kalau Papap seperti itu, gitu. Yang dirasa Papap itu

mah lebih apa ya, lebih mengena gitu, ke masyarakat atau tamu yang datang ke sini teh, gak kaku atau gimana lah gitu, jadi ada unsur-unsur hijaunya atau apa. Ya sambil kita juga memberitahukan gitu kan, pembelajaran TikTok Affiliate ini, tidak semudah yang Bapak, Ibu bayangkan. Nah, tidak semudah Bapak, Ibu semua melihat adu pencapaian hasil dapat sekian ratusan juta atau puluhan juta komisinya. Gak seperti itu. Nah, kita sampaikan yang pahitnya juga gitu, disamping yang manisnya disampaikan, gitu kan. Yang pahitnya apa? Yang mereka harus berusaha dulu, mereka harus konsisten, bersabar, gitu. "Bapak, Ibu, silakan ya di sini ada pembelajaran TikTok *Affiliate*, tugasnya apa Papap Angga? Membuat konten, Ibu, Bapak." Tahu gak konten? "Oh ya, tahu gini gini gini," gitu kan. "Tapi Bapak gak asal bikin konten ya, Ibu gak sang- gak asal bikin konten, tapi Bapak, Ibu juga harus senantiasa posting tiap hari, bikin." Nah, itu kan Bapak, Ibu harus bersabar ya, jangan sampai, "Aduh Papa Angga, kok FYP-nya masih nol, kok gak ada yang beli, ah saya mah mau udahan aja lah," gitu kan, nah. Dan dari situlah kita pengurus harus bisa memberikan motivasi kepada para peserta, ya, biar mereka bersemangat, gitu. Ya, meskipun apa sih, yang bisa merubah sifat mereka kan mereka sendiri. Tapi setidaknya kita pengurus harus bisa mendorong mengarahkan ke yang baik... supaya mereka itu senantiasa semangat, gitu kan, mau eksekusi... belajar ngontennya, gitu. "Papap Angga, gimana tuh saya mah kontennya jelek gitunya, soalnya gak pernah bikin konten, ya masih jelek Ibu, Bapak, cetek-ceteknya bikin pertama mah gitu nya." Tapi *insyaallah* Bu, Bapak, karena Ibu keseringan bikin konten kan nanti enak, gitu ya, gak perlu lagi malu-malu depan kamera, gak akan lagi gemeteran pegang HP-nya gitu, pasti bakal lancar, Ibu mah cuma masalah waktu aja. Nah, semua pengurus itu harus seperti itu. Jadi kita kasih tahu manisnya seperti apa, kita kasih tahu juga pahitnya seperti apa, gitu kan. Jangan sampai pengurus teh ngasih tahu yang manisnya doang, manisnya apa misalkan. "Oh ya, TikTok *Affiliate* itu Bapak, Ibu semua, kita tuh bisa dapat penghasilan tiap hari loh," gitu kan, berbeda dengan kalau Bapak, Ibu kerja sebulan sekali ya otomatis gajinya sebulan sekali. Tapi kalau di TikTok Affiliate ini, Bapak, Ibu itu bisa setiap hari loh, gitu kan. Emang benar, gitu kan, tapi menuju ke sana itu kan prosesnya itu kan tidak mudah, gitu. Nah, itu harus bisa tersampaikan. Oleh setiap pengurus kepada peserta di sini.

Pahma : Kebanyakan orang-orang yang Bapak ajak persuasi itu mereka cuman tertarik aja atau benar-benar memutuskan untuk ikut MMC?

Anggrita: Oke, yang pertama itu yang lebih tertarik itu, apa sih, sekarang mah sih kebanyakan yang pengen tahu aja sih, sebetulnya mah. Gitu. Karena bisa dilihat, setiap pembelajaran malam maba cuan yang baru, itu kan pasti bikin grup baru lagi. Misalkan sekarang mau malam maba cuan yang ke-36, itu pasti bikin grup malam mabit cuan yang ke-36. Nah, pasti besoknya itu pas mereka kumpul di selasar, mereka itu wajah-wajah baru semua, gitu. Wajah baru semua. Kalau mereka yang benar-benar ikut pengen belajar bisa lagi pakan, pasti bakal ikutan lagi, kan? Misalkan mereka alumni MMC 34 pengen ikut lagi di 36, pasti kan ikut lagi. Tapi kalau hanya mereka itu sekedar hanya ingin tahu atau apa, itu kan pasti gak balik lagi. Ini mah, ya mungkin kalau yang jauh bisa dimaklumi karena kos, gitu. Tapi kalau yang dekat domisili *di dieu* (sini) mah di daerah Kopo, Katapang, Cihampelas, Ciparay kan masih *masih keneh* (masih juga) bisa *di-jujug* (didatangi) lah nya, ku motor *wae* (sama motor aja) mah gitu, buat datang atau belajar ke sini mah. Kalau yang jauh ya ya kita maklumi mungkin karena ongkos. Jadi kalau yang dekat kan mereka bisa aja datang ke sini. Jadi seperti itu, Papa juga melihatnya kayak gitu, gitu. Bagus semua, siapa yang udah pernah ke sini sebelumnya? Pada belum kan, tengadah racung (menunjuk jari) gitu kan. "Di sini baru pertama kali ke sini," *ngacung* (menunjuk jari) semua, itu. Jadi, *anu karek* (yang baru) *pisan* (sekali), *ngacung* (menunjuk jari) semua, *aya nu* (ada yang) *can* (belum) pernah mah, *henteu* (tidak) kayak gitu, ha-ha.

Pahma : Nah, kan untuk program lanjutan teh kan ada itu ya, ada agensi kan, ngajak peserta buat ikut ke wadah itu ya, Pak? Nah, itu cara panitia mempromosikannya itu kayak gimana tuh?

Anggrita: Nah, mencar- cara panitia mempromosikannya itu ya setiap acara MMC, jelas ya pas hari H, 3 hari 2 malam itu, sama bikin konten juga, Mah, di akun TikTiknya agensi, gitu. Nah, atau juga mereka yang sama Papap diajak sendiri, lewat cara apa ya, dalam tanda kutip Papap nodong, ha-ha. Nah, kejadian itu kemarin banget lah, minggu-minggu kemarin. Jadi ada peserta MMC, dia itu MMC di tahun 2025. Mereka itu udah... dia itu udah level 5. Cerita ke Papap gitu nya, pengen silaturahmi ke sini cerita ke Papap, "Pak, aku alhamdulillah sekarang udah apa sih, udah level 5 gitu." "Wah, itu keren atuh nya (itu keren ya), kamu udah beli apa aja?" "Alhamdulillah Pak, saya udah beli laptop," nah gitu, dan macam-macam gitu. "Wah keren atuh, gais masuk agensi agensi masuk masuk masuk agensi," Papap langsung ditodong kan gitu nya, niatnya *rek* (mau) *rek nyarita* (cerita) *hungkul* (saja) ngasih itu aja, ya informasi itu aja, tapi sama Papap langsung di-*direct*. "Udah kamu ikut agensi aja lah," jangan, maksudnya jangan, "ini magang-magang jangan, masjid," Papap bilang gitu ya, "infak buat masjid lah gitu." Kan kan gitu, jadi *feedback*-nya buat masjid itu, kalau kalau mereka ikut agensi kan mereka ada sekian persen komisi yang harus diberikan kan, yang akan dipotong kan, secara sistem *by system* gitu. Nah, ya Papap mah langsung aja ya gitu kan, ee karena ya seperti itu. Agensi itu, gitu kan. Jadi semakin banyak afiliator yang udah omzetnya gede atau levelnya tinggi, banyak bergabung, nah itu keren. Gitu kan. Ee jadi kan... ini Papap, karena Papap pendekat- pendekatannya seperti itu jadi gampang *wawuhan* (akrab). Jadi ah biasa *wae* (saja) gitu nya, pas diajakin teh padahal pun dia niatnya itu hanya untuk menceritakan pengalaman dia udah level 5 si akunnya. Tapi kan Papap langsung, "Uda, agak Faiz, ini bisa ikut, ikut agensi aja kamu, udah keren tuh Papa punya." Itu hitung-hitung infak coba perhatikan ya, ke masjid. Ya *oge* (juga) mah langsung aja ya, gitu kan, ee karena ya *sejeplakna* (sekenanya) emang Papap mah *sejeplakna* (sekenanya) nya, gitu, ari si ari si Faizna (kalau si Faiz-nya) mah seuri-seuri (tertawa-tertawa). Tapi akhirnya dia mau, karena Papap cara pendekatannya seperti itu, gitu. Ninggali (melihat) gitu ka apa sih, ka anak muda teh gitu kan. Dan dia juga tidak merasa terganggu, Papap juga, dia senang, senang gitu, oh, emang keren. Langsung Papap teh teleponin teman ini agensi nya, siga (seperti) si Sandar, bagus si Andri, "Ieu (ini) kabeneran (kebetulan) nih, aya (ada) teman Papap, sore teh, oh iya, udah level 5 pengen masuk agensi," padahal mah niatnya lain masuk agensi, datang ke masjid... silaturahmi *hungkul* (saja) gitu kan nya. Tapi kan itu, apa sih, tidak apa-apa ya, maksudnya gitu kan, dia juga, "Oh, ya udah."

Pahma : Terus dia dari segi teknis sama operasional nih, dari segi infrastruktur digital di sini kayak gimana Pak, mendukung buat pelaksanaan MMC-nya?

Anggrita: Alat, ya? Ya juga ee seperti kita masih apa sih, kewalahan lah terkait dengan *device*, gitu ya. Kan *device* itu kalau konten harus yang bagus, terus jaringannya juga harus yang bagus ya, kalau wifi itu. Kadang ya memang kita suka terganggu dengan *device* yang kita pakai, suka masih rentan, ataupun wifi juga masih rentan. Kalau tiba-tiba wifi mati, gitu kan, kagak bisa ngonten, kagak bisa live, gitu kan. Itu kan jadi kendala kita, gitu, moga-moga. Makanya tadi kalau ada permasalahan, siapa pun yang pertama kali menemukan, harus segera memberitahukan di grup, gitu kan, gitu. Misalkan nih, Papap sering banget gitu ya, me- ibaratnya mah membayarkan wifi, membayarkan listrik dulu dari uang Papap. Ya demi keberlangsungan, biar anak-anak bisa ngonten. Karena kan wifi jadi mati, listrik jadi mati, kan mereka otomatis gak bisa ngonten lagi, kan. Nah, makanya fungsi grup itu teh gitu, harus aktif teh, jadi biar komunikasi ketika ada hal yang mendadak, gitu ya, atau pun yang meluput lah dari pengawasan kita, tiba-tiba ada satu anggota grup yang ini, ngeh (sadar), itu kan bisa membantu, gitu. Apalagi kita di sini diajarkan itu setiap kita menemukan masalah, harus seketika langsung diselesaikan. Tapi diselesaikannya itu harus benar-benar, ee apa ya, terarah gitu, terarah dan terukur, dan mengakar. Jangan sampai kita menyelesaikan masalah, eh besoknya gitu deui (lagi) gitu deui (lagi) gitu. Jadi harus benar diselesaikan sampai akar masalahnya naon (apa). Gitu, nah, ee seperti itu ya. Narasi seperti itu selalu sama Aska atau Kang Kholid, disampaikan kepada kita semua sebagai pengurus, karena ya pasti capek atuh nya kita menyelesaikan masalah, tapi belum tuntas gitu, gak sampai ke akar, gitu kan. Makanya, kita di sini terus dilatih terus untuk mencari masalah setiap hari, terus seketika harus diselesaikan, ha-ha. Gitu, ya, ya, ya, seperti itu kan namanya pengurus, mungkin kita harus bisa apa sih, memberikan pelayanan yang sifatnya

itu kalau ada hal yang mengganggu, gitu kan ya, ih, kita harus bisa meny- menyelesaikan langsung, jangan ditunda-tunda. Apa lagi dengan yang ini, gitu, sama Papap. Ya, seketika harus bisa menyelesaikan masalah sampai ke akarnya, tuntas lah ibaratnya mah, masjid.

Pahma : Terus dari segi konten promosi, Pak. Promosi MMC, ada gak strategi komunikasinya agar sesuai dengan karakteristik jemaah, kan beda-beda tuh kalau misalkan di medsos mah rata-rata latar belakangnya tuh, atau disamain aja setiap konten tuh buat sebagai kalangan?

Anggrita: He-eh, nah, Papap juga sampai sekarang masih memikirkan caranya seperti apa, gitu kan, ya, gitu. Konten-konten yang baik tuh seperti apa buat... oh, benarnya?

Pahma : Terus dia dari segi teknis sama operasional nih, dari segi infrastruktur digital di sini kayak gimana Pak, mendukung buat pelaksanaan MMC-nya?

Anggrita: Alat, ya? Ya juga ee seperti kita masih apa sih, kewalahan lah terkait dengan device, gitu ya. Kan device itu kalau konten harus yang bagus, terus jaringannya juga harus yang bagus ya, kalau wifi itu. Kadang ya memang kita suka terganggu dengan device yang kita pakai, suka masih rentan, ataupun wifi juga masih rentan. Kalau tiba-tiba wifi mati, gitu kan, kagak bisa ngonten, kagak bisa live, gitu kan. Itu kan jadi kendala kita, gitu, moga-moga. Makanya tadi kalau ada permasalahan, siapa pun yang pertama kali menemukan, harus segera memberitahukan di grup, gitu kan, gitu. Misalkan nih, Papap sering banget gitu ya, me- ibaratnya mah membayarkan wifi, membayarkan listrik dulu dari uang Papap. Ya demi keberlangsungan, biar anak-anak bisa ngonten. Karena kan wifi jadi mati, listrik jadi mati, kan mereka otomatis gak bisa ngonten lagi, kan. Nah, makanya fungsi grup itu teh gitu, harus aktif teh, jadi biar komunikasi ketika ada hal yang mendadak, gitu ya, atau pun yang meluput lah dari pengawasan kita, tiba-tiba ada satu anggota grup yang ini, ngeh (sadar), itu kan bisa membantu, gitu. Apalagi kita di sini diajarkan itu setiap kita menemukan masalah, harus seketika langsung diselesaikan. Tapi diselesaikannya itu harus benar-benar, ee apa ya, terarah gitu, terarah dan terukur, dan mengakar. Jangan sampai kita menyelesaikan masalah, eh besoknya gitu deui (lagi) gitu deui (lagi) gitu. Jadi harus benar diselesaikan sampai akar masalahnya naon (apa). Gitu, nah, ee seperti itu ya. Narasi seperti itu selalu sama Aska atau Kang Kholid, disampaikan kepada kita semua sebagai pengurus, karena ya pasti capek atuh nya kita menyelesaikan masalah, tapi belum tuntas gitu, gak sampai ke akar, gitu kan. Makanya, kita di sini terus dilatih terus untuk mencari masalah setiap hari, terus seketika harus diselesaikan, ha-ha. Gitu, ya, ya, ya, seperti itu kan namanya pengurus, mungkin kita harus bisa apa sih, memberikan pelayanan yang sifatnya itu kalau ada hal yang mengganggu, gitu kan ya, ih, kita harus bisa meny- menyelesaikan langsung, jangan ditunda-tunda. Apa lagi dengan yang ini, gitu, sama Papap. Ya, seketika harus bisa menyelesaikan masalah sampai ke akarnya, tuntas lah ibaratnya mah, masjid.

Pahma : Terus dari segi konten promosi, Pak. Promosi MMC, ada gak strategi komunikasinya agar sesuai dengan karakteristik jemaah, kan beda-beda tuh kalau misalkan di medsos mah rata-rata latar belakangnya tuh, atau disamain aja setiap konten tuh buat sebagai kalangan?

Anggrita: He-eh, nah, Papap juga sampai sekarang masih memikirkan caranya seperti apa, gitu kan, ya, gitu. Konten-konten yang baik tuh seperti apa buat... oh, benarnya?

Pahma : Nah, setelah program MMC ada gak, Pak, rencana kegiatan lain gitu untuk kegiatan selanjutnya?

Anggrita: Oke, nah ini sih masih dirancang semuanya, gitu kan. Kan awalnya itu kita... Dari awal memang penyelenggaraan program magang-magang lebih cuan ini teh, gratis. Gitu. Nah, kita pengen mencoba pelatihan TikTok ini eksklusif, jadi berbayar, gitu. Karena dilihat sekarang ya masjid juga butuh banyak pemasukan, gitu ya. Butuh banget, buat listriknya, buat air, macam-macam lah, Kang. Jadi sudah tidak ibaratnya mah realistik lagi mengadakan pelatihan yang berbayar... Eh, yang gratis, gitu. Karena apa ya... Kebanyakan dari mereka juga pembelajar juga, setelah pembelajaran di hari-H nya, mereka pengen belajar di hari biasa dengan cara apa? Mengecat (chat), gitu. Nah, mengecat (chat) tuh kan intens banget kan

mengechat (chat) teh, sementara kita kan waktunya banyak melakukan pekerjaan yang lain. Nah, kalau mereka pengen dapat ilmu yang eksklusif misalkan, itu mereka harus bayar dong, masa mereka... Banyak juga gini, banyak juga peserta mereka yang pengen belajarnya itu online, tapi pengen gratis di waktu-waktu biasa gitu kan, nah itu kan gak bisa. Gitu kan, nah... Jadi sekarang kita berpikinya karena memang sekarang gitu, dan menurut Bapak mah itu udah wajar sekali ya kita udah gak melaksanakan pembelajaran gratis lagi, udah saatnya, karena ya gitu... Dari satu sisi kebutuhan masjid juga banyak, gitu ya. Kemudian apa sih... Kalau yang gratis-gratis itu sering dianggap sebelah mata gitu. Bahkan peserta juga banyak yang main-main atau gimana. Gitu. Gitu. Gitu. Oh.

Jadi memang sekarang kita itu apa sih... sudah saatnya untuk apa ya, menyelenggarakan pelatihan itu secara gratis gitu. Tapi ya... eh, secara gratis, secara berbayar gitu kan ya. Tapi tetap kita memberikan manfaatnya juga *feedback*-nya itu yang benar juga gitu. Misalkan kita kasih fasilitas seperti tidur, atau ngasih fasilitas yang benar-benar *private*, pembelajaran TikTok Affiliate-nya secara *face-to-face*. Nah, itu kan intens banget ya. Berbeda dengan yang gratisan kan semua orang dikumpulkan banyak, tapi mentornya kan hiji (satu) cuma se-orang gitu kan ya, gitu. Tapi kalau kayak gini, misalkan ngobrol, kan lebih enak belajarnya gitu kan ya, lebih enak. Meskipun berbayar juga mahal kan *worth it* lah. Nah, sekarang itu, itu tuh sebetulnya masih dirancang sama Aa Aska dan juga sama bapak-bapak pengurus di sini, gitu. Karena memang sih, Bapak melihat bahwa setiap program itu kita di sini, meskipun pengurusnya rodanya itu adalah anak muda, tetap kita harus memberitahukan dulu setiap program itu ke Bapak Pembina di sini, yaitu Pak Iwan. Jangan sampai kita *miss*, kita udah eksekusi tapi Pak Iwan belum setuju. Nah, itu kan harus ada kepastian dulu di Pak Iwan, biar ada apa ya... biar gak ada masalah lah ke depannya. Jadi yang Bapak merasa sangat-sangat penting gitu kan ya, harus minta penjelasan ataupun persetujuan dari Pak Iwan. Toh, yang Bapak melihat sekarang juga para pengurus muda di sini juga masih apa ya... kalau gak ada Pak Iwan teh gak bisa kerja gitu. Jadi mereka jangan ini juga untuk menjalankan semuanya itu program, mengambil keputusan sendiri, tapi harus ada melibatkan dari orang tua, yaitu Pak Iwan. Apalagi Pak Iwan ini secara struktural itu kan sebagai Bapak Pembina masjid dan yayasan. Masa kita melangkahi, setelah program ataupun keputusan yang harus diambil.

Pahma : Berarti dalam proses perencanaan, masih perencanaan ya?

Anggrita: Betul, masih perencanaan.

Pahma : Oke. Terkait teknisnya, Pak, bisa dijelaskan struktur kegiatan MMC 2 hari 3 malam tuh kayak gimana aja?

Anggrita: Oke, yang pertama kegiatan malam maba cuan itu pelatihan TikTok Affiliate pemula dari nol kita laksanakan di 3 hari 2 malam. Di hari pertama sama hari kedua, Jumat-Sabtu, itu kita mulai dari jam 8 pagi sampai jam 9 malam. Kalau jam 9... kalau dari jam 8 pagi di hari Jumatnya, di hari pertama, kita awali kegiatan itu dengan kajian Jumat umum, ya, gitu. Kemudian setelah itu mulailah jam 9 atau jam 09.30 baru kita mulai lagi pembelajaran TikTok Affiliate, mulai intens full. Habis itu ya karena hari Jumat, kepotong salat Jumat. Kemudian kepotong salat Asar, kepotong salat Magrib, Isya. Terus seperti itu. Di hari kedua juga seperti itu. Nah, di hari kedua, di hari Sabtu, ya terpotong waktunya di jam 9, karena jam 9 itu kita ada kajian muslimah, kajian ibu-ibu. Nah, selebihnya ya sama. Kalau kita rehatnya itu ya pas salat Zuhur, salat Asar, salat Magrib, Isya. Itu, dari jam 8 sampai jam 9 malam estimasi waktunya, hari pertama sama hari kedua. Kemudian di hari ketiganya itu kita dari jam 8 pagi sampai jam sekarang mah jam 10 pagi, dulu mah sampai jam 11 siang, kita dipercepat lah gitu ya. Biar bisa lebih pulang awal mereka. Jadi dari jam... bukan jam 8, kadang jam 6 lah. Jam 6, jam 6 sampai jam 10 pagi, gitu.

Pahma : Di setiap apa namanya... setiap angkatan gitu ya MMC, itu ada perbedaan gak, Pak? Misalkan sesi yang ke-35 tuh tentang apa fokusnya, 37 tentang apa, ada perbedaan gak atau sama?

Anggrita: Nah, ini juga menjadi bahan apa ya, bahan evaluasi dari para mentor di sini dan juga para sesepuh di sini ya, asisten Pak Iwan, begitu. Kita kan dulu-dulu tuh pembelajaran teh wah bener-bener full

materi, gitu kan. Meskipun ada porsinya praktik ngonten, itu paling cuma berapa persen. Tapi sekarang mah Pak Iwan, ya rekomendasi dari sini pengen banyak praktik ngonten. Karena dilihat secara keilmuannya ya TikTok Affiliate mah ya gitu-gitu kenah (gitu-gitu juga) gitu. Ilmunya untuk menaikkan *followers*, naik... untuk me-riset produk. Ya cuma kalau riset produk sih tinggal apa ya, tinggal kita menyesuaikan aja karena tampilan, layar, menu dari akun TikTok itu kan suka beda-beda ya, TikTok suka ada pembaruan... perbedaan lagi lah gitu, pembaruan lagi gitu. Sebenarnya kan sama gitu kan ilmunya. Sebetulnya mah gitu. Jadi kita harus lebih banyak praktik dibandingkan teori, gitu. Sekarang ya mungkin praktik bisa jadi 80%, teori cuma 20% gitu. Karena ya dirasa materi TikTok ya seperti itu-itu kenah gitu kan ya. Yang sulit kebanyakan dari para peserta itu adalah eksekusi. Nah, gimana menekankan kepada para peserta itu supaya mereka berani dulu deh eksekusi, gitu kan. Jangan mikirin kontennya takutnya jelek atau gimana. Karena masih banyak Bapak menemukan mereka itu belum ngonten-ngonten karena masih takut, masih malu-malu ngonten di depan banyak orang itu. Sementara kan yang kita inginkan mereka itu agar bisa ngonten tuh secara mandiri, ngedit sendiri, bikin narasi sendiri gitu kan ya. Gak dibantu, itu kan udah keren banget. Apalagi udah berani tampil bikin konten di depan banyak orang kan keren banget kan. Selama ini kan kontennya itu mereka masih kayak malu-malu, nunggu sepi, atau gimanalah gitu. Nah, kita tuh pengen apa sih... seperti itu, gitu kan. Sekarang itu pembelajaran TikTok Affiliate pengen lebih banyak praktik dibandingkan teori. Jadi selama acara 3 hari 2 malam itu kita ada materinya ya, dari pengurus inti di sini, materinya teori. Kemudian kita juga kan sering suka mengundang pemateri dari luar ya, mentor luar, itu mah sih lebih kepada ya, kepada motivasi aja sih sebetulnya mah.

Pahma : *Sharing?*

Anggrita: *Sharing* lah gitu. Kenapa bisa dapat omzet sekian gitu, gitu kan ya. Itu kan yang selalu kita harapkan gitu. Misalkan kebetulan mentornya itu yang dari luar orang tua. Nah, itu kan contoh peserta... yang orang tua, "Ini loh ada yang sukses juga loh," ya. Terus yang muda juga ada, "Ini yang suksesnya seperti ini." Ini kan kita secara tidak langsung memperlihatkan baik tua maupun muda bisa sukses di TikTok Affiliate asalkan mereka konsisten. Nah, itu pasti motivasi apa pun yang disampaikan gak gitu-gitu kenah coba, belum masuk kepada teori ataupun naon (apa) lah gitu. Dalam segi hal materi motivasi juga rasa-rasanya sama kenah, mainnya harus konsisten, jangan jenuh, kalau bisa bikin banyak kayak gitu kan, kan gitu. Jadi kurang lebih teknis seperti itu gitu kan ya, untuk waktu acaranya sama materi acaranya kayak gitu.

Pahma : Nah, tapi *lamun* (kalau) kalau buat topik materinya mah selalu sama setiap pertemuan tuh? terus, Pak, kan kegiatan keibadahan juga disisipkan gitu ya. Nah, bagaimana strategi pengelolaannya dalam mengintegrasikan nilai keagamaan ibadah ini ke dalam program ini?

Anggrita: Oke, nah tentu kita juga tidak mau ya mereka hanya terus-menerus diajarkan soal TikTok Affiliate tanpa adanya kesadaran mereka teh harus taat agama. Misalkan salat ya, salatnya kudu tepat waktu. Bilamana latihan ngonten pas waktu mau salat ya udah bray, udah bray, berhenti dulu, sok (silakan) salat dulu, nah. Karena banyak juga peserta itu saking mereka itu semangatnya pengen belajar ngonten di sini, hal-hal yang seperti itu mereka... apa sih, acuhkan gitu. Makanya Pak Iwan sebagai pembina di sini sering banget memarahi mereka bilamana mereka ketahuan apa sih, belum salat atau apa lah gitu pas acara MMC ini. Jadi Pak Iwan berani banget, gitu ya, untuk mengingatkan para peserta, "Ini bagi Bapak, Ibu semua, kalian tuh meskipun belajar TikTok Affiliate tetap harus belajar apa sih... harus bab salat mah harus bener-bener jadi fokus utama," gitu, gitu kan. Pak Iwan selalu menyampaikan hal seperti itu. Karena ya tidak mau gitu ya, mereka dapat cuan dari TikTok Affiliate gitu kan, fokus jadinya, tapi kepada yang memberi rezeki mereka itu lalai. Nah, Pak Iwan tidak mau dan kalau seperti itu pasti Pak Iwan marah-marah, gitu. Marah-marah untuk mengingatkan. Saking ya gimana ya... orang ini gak bisa dikasih tahu cara lembut-lembut, gitu. Sekarang mah harus diwayahkan (dipaksa)...

Pahma : *Digembleng* (dilatih)?

Anggrita: He-eh *digembleng* (dilatih), digedor-gedor, *wae lah* (biarin aja) gitu.

Pahma : Terus, Pak, kalau sistem dari pelaksanaan pematerian ini ya, proses komunikasi dijalankan sama MMC tuh kayak gimana? Apakah satu arah atau misalkan langsung secara berdiskusi gitu tanya jawab gitu? Ketika apa?

Pahma : Ketika pelaksanaan MMC, pematerian khususnya.

Anggrita: Oh, pematerian? Pematerian mah ya pasti ada satu arah, ada juga tanya jawab, ada sesi tanya jawabnya. Cuma kan itu gak serta-merta lama gitu, makanya dikasih kesempatannya itu pas mereka ada sesi ngonten bareng sama pengurus. Nah, mereka bisa tanya sepuasnya di situ. Gitu. Kalau pas lagi materi mah mungkin satu atau dua orang penanya gitu kan ya. Nah, dari situ pas digaskeun mereka bisa bertanya banyak detail itu ketika mereka... jadi kan suka ada sesi pas sesinya itu suka ada dikumpulkan. Jadi mentor ini apa sih, ngariung (berkumpul) lah, intinya diringkas oleh beberapa orang, 10 orang, 20 orang, bisa tanya jawab langsung gitu kan, kayak gitu. Ada sesi seperti itu. Itu masih berjalan sampai sekarang. Jadi misalkan Bapak dikurilingan (dikelilingi) ku (oleh) 10 orang bapak-bapak, Kang Isan 10 orang ibu-ibu, nah. Jadi mereka bisa tanya sepuasnya di situ, terkait dengan TikTok Affiliate termasuk hal-hal yang detail. Nah, gitu. Nah, memang kita bener-bener difokuskan pembelajarannya teh kalau pengen tanya apa pun soal TikTok Affiliate ya pas hari *event*-nya, gitu. Karena kita kan udah ngasih tahu nih, kita udah gak bisa lagi mengadakan pembelajaran di hari biasa. Nah, kita sebagai pengurus harus konsisten dong, harus bisa ngajarin, ngasih ilmu sebenar-benar detail di hari H-nya. Karena kita udah ngajak nih, ngajak peserta buat belajar di hari H-nya, gitu. Nah, itu kan harus peserta... apa, pengurus harus bisa menjalankan. Namun terkadang ya suka ada juga lah pengurus yang rada bangor-bangor (nakal-nakal) kayak gitu, macam-macam. Nah, kalau dari segi tanya jawab kan Bapak pengennya itu karena kita udah mengarahkan peserta untuk belajar di hari H-nya, otomatis para pengurus ini harus *all out* dong untuk ngasih materinya di hari H-nya gitu kan, jangan sampai ada yang tidak terlayani atau ada... jangan sampai ada yang tidak terjawabkan gitu dari pertanyaan dari peserta tadi, jangan sampai. Karena kita juga apa ya, sama-sama... Bapak pribadi gitu ya, sama-sama kasihan gitu, peserta yang datang ke sini jauh-jauh. Mereka itu tidak punya ongkos, mereka datang ke sini tuh ongkosnya itu dengan apa? Mereka sebelumnya menabung dulu, ada yang menabung dulu, ada yang pinjam dulu. Jadi sayang banget kalau mereka disuruh sama kita apa... suruh datang di hari H-nya tapi para pengurusnya hare-hare (cuek-cuek) gitu kan, Bapak gak mau. Gak mau, Bapak juga sering marah gitu kan ke pengurus-pengurus yang lain, ke *volunteer*, "Kalian jangan seperti itu," gitu kan, "jauh-jauh kita undang ke sini, mereka mengorbankan ongkosnya macam-macam gitu. Kalau kalian gak apa sih, gak memberikan pelayanan terbaik gitu." Termasuk dalam hal ini, jadi kan setiap acara itu MMC kita selalu melaksanakan gelar subuh... Kang, kayak kenceng (kencang) lah gitu, oh iya. Nah, Bapak itu selalu memberikan arahan, kalau pesertakan... kan peserta itu ke sini tuh ada yang mampu ada yang tidak ya. Takutnya mereka ketika ada gelar subuh atau kenceng (kencang)... ngisi uang misalkan Rp10.000, Rp20.000, kan lamun (kalau) gak diisi se-uang itu bisa jadi uang terakhir.

Pahma : Bener, bener.

Anggrita: Bener teu (tidak)? BISA tidak bisa makan, tidak bisa balik gitu kan ya, tidak bisa beli bensin, itu kan jadi berabe. Makanya selalu Bapak apa sih, sampaikan kepada pengurus jangan sifatnya itu si... gak memaksa gitu, kayak kenceng (kencang), kayak gelar subuh. Karena itu tadi, setiap peserta yang datang ke sini itu ya harus bener-bener gak gitu, harus paham gitu.

Pahma : Nah, terus selama kegiatan tuh kadang ada ya, Pak, ya, si peserta itu kayak ragu gitu sama kegiatan itu gitu ya. Ada gak cara dari pengelola membangun kepercayaan bahwa si *affiliate* ini tuh emang bener-bener bisa menghasilkan gitu?

Anggrita: Nah, itu kita juga pernah ada... ada kejadian seperti itu. Ada peserta yang udah datang tapi dia balik lagi, pulang.

Pahma : Oh, ya?

Anggrita: Ada. Karena waktu itu si pematerinya itu gimana, menyampaikan materinya itu tidak berdasarkan data. Jadi hanya omongan saja gitu, kan kebanyakan seperti itu ya. Nah, makanya itu selalu setiap acara MMC pasti evaluasinya seperti itu, menyeluruh lah gitu, termasuk dari mentor-mentor yang menyampaikan materi. Jangan sampai mentor-mentor menyampaikan materi ngan saukur (hanya sekadar) ngomong wae (saja), maba (membahas)... tidak menampilkan *slide* atau apa lah, fakta atau berupa apa bahwa TikTok teh bisa menghasilkan uang gitu. Bahkan ada peserta yang balik lagi aslinya. Dan itu di langsung, bahkan izin ke Bapak, mau pulang teh ke Bapak gitu. "Pak, saya mau pulang dulu ya." "Kenapa, Pak, belum selesai?" "Ah, materinya kayak gitu-gitu wae (saja), saya mah maksudnya teh gini... si mentornya teh hanya ngomong wae (saja) aja gitu kan, ya bener bisa jadi itu fakta bagi dia tapi kan bagi kita para peserta yang awam kan eta (itu) bener atau henteu (tidak) gitu kan, kan gitu." Jadi dari setiap apa sih, apa pun penyampaian mentor, materi, terus kita evaluasi gitu jangan sampai yang tidak nyaman si para peserta teh, gitu kan. "Ini teh bener sih dapet cuan gak dari TikTok Affiliate?" cuma diomongin ku (oleh) pesertanya teh omongan terus gitu, tanpa adanya berupa fakta bahwa dia dapat cuan sekian dan cuan sekian gitu kan dari TikTok Affiliate teh. Asli itu mah, makanya kita ya terus evaluasi ke Kang Aska, ke siapa sih, ke Kang Kholid gitu ya, "Ini gimana ini, ini bisa jadi penurunan." Karena memang sih sekarang itu dari segi peserta banyak banget penurunan, tidak seperti MMC yang masih *batch* belasan lah gitu. Masih mending lah, mending keneh (mending juga) dulu-dulu gitu. Berbeda dari MMC dari MMC ke-29 ke-35 kemarin, itu bener-bener turun bisa gitu. Jadi mundur, merongga gitu, gak padat gitu.

Pahma : Puncaknya bisa sampai berapa peserta dulu?

Anggrita: Peserta itu bisa jadi sampai 300-400 bisa. Gitu, maba-maba dulu mah, si gaya Aa... Kang Deri ke Solusi. Eta (itu) padat pisan (sekali). Terus bahasa si gaya aya (ada) Bang Neo pertama kali ke sini, padat pisan (sekali). Kan Bang Neo itu MMC ke-11. Eta (itu) sampaikan ke dua grup gitu kan, yang pengen ikutan teh, kita kan satu grup tuh muat 1.024 anggota kan. Nah, kita harus bikin dua grup. Eta (itu) asli padat pisan (sekali). Apalagi di situ pas puncak-puncaknya ada salah satu *brand* yang datang ke sini memberikan sampel gratis.

Pahma : Hmm...

Anggrita: Nah, yang memberikan itu adalah *owner*-nya langsung. Itu kan luar biasa kan?

Pahma : Iya.

Anggrita: Apalagi mentor-mentor yang suhu-suhunya itu pada datang gitu. Pasti itu mah, kalau Bang Neo hadir pasti mentor-mentor kayak temennya Bang Neo tuh pada hadir juga. Kayak gitu. Nah, karena kita teh pengen seperti itu lagi gitu ya, peserta tuh pengen banyak lagi yang datang ke sini gitu kan ya. Tapi kita juga yang Bapak melihat gitu ya, dari segi internalnya masih perlu banyak yang kita benahi lagi nih, terutama kita kan dalam secara apa ya... secara tidak langsung menyerahkan kepengurusan acara ini kepada yang *volunteer*. Yang notabene *volunteer* ini kan masih perlu bimbingan arahan kita, gitu. Kalau dijalankan itu yang seperti itu pasti ada *miss*-nya gitu ya, tapi kalau gak dijalankan ya pasti kita lagi, yang inti-inti lagi sebagai teknis acaranya, gitu, Bapak juga gak mau lah seperti itu. Apalagi sekarang Kang Aska, Kang Aska itu kan sebagai Ketua DKM dan CEO-nya lah, CEO Al-Kaffah, agensi tadi gitu kan ya. Kalau Aa Aska masih saja mengerjakan hal-hal teknis, itu mah secara keilmuannya, keilmuan manajemen udah menyalahi. Karena seorang atasan itu, baik *leader* maupun *supervisor*, mau CEO, tidak boleh turun tangan melaksanakan tugas eksekutor. Siga (seperti) masakan gini, beres masakan.

Anggrita: Oh ya, alhamdulillah gitu kan, kemarin kita udah ada media yang apa sih... ingin wawancara dengan kita, ada dua media, media nasional dan satu media apa sih... daerah ya, gitu kan. Ada dari CNN, dari Metro TV. Terus yang daerahnya teh dari mana, lupa lagi. Dan kemarin waktu ada WA *chat* ke nomor admin, ada yang pengen wawancara dari media online RMOL, gitu, RMOL, tahu kan? Siga (seperti)...

Pahma : Lokal, Pak?

Anggrita: He-eh, lokal, *siga* (seperti) *lamun* (kalau) *siga* Detik.com lah gitu. Tapi *online* lah, iya. Nah, pengen wawancara gitu, cuma kan mereka teh pengen wawancara pas kemarin kan, cuma kan kemarin teh

kan Iduladha kan, masjid sibuk. Nah, mungkin nanti akan dihubungi lagi, kayak... sepertinya mah ya yang memegang sekarang mah mereka ingin melakukan wawancara sisi sisa acara di sini. Dulu kan Bapak sampai... ya mungkin bisa dicek ya, ada kontennya gitu kan, Bapak diwawancara langsung eksklusif gitu kan, bahkan ada Bang Neo juga diwawancara, isi sama CNN.

Pahma : Emang itu viral banget, sama temen-temen yang di sana pada nanyain. He-eh, gitu. Wawancara tuh?

Anggrita: Awalnya, awalnya teh kita dari wawancara dari Metro TV pertama. Nah, mulai dari situlah datang CNN datang, terus media daerah datang. Terus mungkin wae (saja) ya, belum dewa lagi sih. RMOL, nama medianya, media online lah gitu.

Pahma : Kalau terkait tokoh atau figur yang paling berpengaruh sebagai *opinion leader* nih, Pak, di sini untuk program MMC siapa kira-kira? *Opinion leader*? Jadi dalam artian, dia menjadi pusat informasi lah ya? Apa pun itu?

Anggrita: Sebetulnya mah yang menjadi *opinion leader* itu, yang menjelaskan langsung kepada para peserta itu adalah Bapak sendiri, gitu. Cuma Bapak tuh karena selalu gini, menerima informasi itu kadang suka berbeda-beda nih dari atas nama Bapak, dari pihak atasan. Yang kedua dari sesepuh di sini, gitu, itu. Jadi sebetulnya mah Kang Aska juga perlu berdiskusi dengan sesepuh ketika mengambil keputusan di sini, jangan sampai kan Aa Aska secara struktural kan ikutnya itu ke Aa Aska...

Pahma : He-eh.

Anggrita: ...takutnya setiap langkah keputusan yang Aa Aska ambil itu tidak sesuai dengan keinginan atau tidak dapat izin restu dari sesepuh. Itu kan bisa jadi berabe. Contohnya, Aska tuh kan tadi, dulu itu... sekarang-sekarang teh ada niatan untuk program MC itu dibatasi secara usia. Tidak lagi untuk orang tua. Itu kan kalau itu dilaksanakan tanpa sepengetahuan Bapak Pembina, itu kan pasti bakal berantem. Nah, gitu. Jadi sebetulnya mah kalau Bapak sendiri pribadi, perintah apa pun yang ditugaskan ya pasti akan dilaksanakan, gitu ya. Nah, cuma itu, yang Bapak takutkan itu ada dua opini informasi yang terkadang suka jadi kendala, berbeda gitu.

Pahma : Kalau tokoh, Pak, yang paling berpengaruh nih? Apakah Om Blek atau kata siapa gitu? Tokoh TikTok?

Anggrita: Oh, ya tentu Om Blek. Om Blek, terus Adit, Kang Aska juga, ya. Karena Kang Aska sekarang tuh kan udah benar-benar dia itu bukan sebagai Ketua DKM tok gitu, tapi dia itu udah jadi *leader* banget di sini teh. *Leader* agensi, ya CEO, CEO DFM, Al-Kaffah, agensi tadi, sama ya Kang Adit ini. Memang Aska ini sekarang itu dia intens lagi kuliahnya, intens lagi belajar keluarnya, seperti ikut pelatihan ilmu manajemen kan dia... dia mah uangnya tuh lebih investasi ke sana gitu, ke pembelajaran kayak gitu-gitu, berbayar yang mahal, ilmu yang mahal. Nah, nanti ya akan di-*share*-kan, akan di-*share*-kan ke para pengurus di sini.

Pahma : Kalau hambatan teknis sampai sekarang ini, Pak, buat MMC itu apa? Hambatan teknis ketika acara ya?

Pahma : Selain non-teknis juga bisa.

Anggrita: Non-teknis juga. Ya gitu, apa sih, hambatan yang pertama gitu adalah dari internalnya dulu nih. Internalnya adalah, ya kita kan *sok* (suka) tadi ada ber- sese- sisi pengarahannya lah, kan antara pengurus, Aska, gitu ya, kepalanya dengan sesepuh di sini. Itu suka jadi gitu. Kemudian dari pengurus inti ke pengurus yang ke bawahnya. Kadang ada juga pengurus yang ke bawahnya itu dia suka apa ya... punya cara lain gitu. Punya cara lain untuk, "Ah, berarti acara *sig*a (seperti) kieu-kieu-kieu (gini-gini-gini)," jadi dia melakukan aja sendiri gitu *kumaha* (bagaimana) *manehna* (dia). Nah, itu kan salah oke, tanpa ada arahan dari kita gitu kan, mengacaukan lah ibaratnya mah gitu. Ada juga seperti itu, susah juga gitu. Ada juga *volunteer* seperti itu. Nah, maka kita teh itu bisa jadi hambatan kita, gitu ya, acara di sini. Kemudian

yang terkait dengan acara, paling peserta ya, gitu kan. Peserta yang mereka itu tiba-tiba langsung datang ke sini tanpa tahu informasi yang lengkap soal TikTok Affiliate-nya seperti apa gitu ya, di agensi *affiliate*-nya. Jadi mereka datang, datang, datang, lah gitu. Bahkan tadi cek kata Bapak, mereka yang datang ke sini itu hanya baru tahu saja.

Pahma : He-eh.

Anggrita: ...TikTok *Affiliate* teh, gitu kan. Tidak ini... "Ibu, Bapak, *terang* (tahu) gak dari TikTok *Affiliate* *teh naon* (apa)?" "Ah, *henteu* (tidak) Bapak, enggak, *abi* (saya) mah *hayang* (ingin) *wae* (aja) *ngiring* (ikut) rame-ramean *di dieu* (sini)," kan ada, ada juga yang seperti itu. Gitu makanya Bapak selalu dijelaskan, gitu, bahwa TikTok *Affiliate* teh gini-gini-gini, Ibu, gini-gini. Ada yang udah mendingan paham, cuma belum tahu tugas yang harus dikerjakan apa. Terus banyak yang di antara mereka mengira bahwa TikTok *Affiliate* itu tugasnya tidak membuat konten, hanya *share link* saja. Itu kan perlu kita kasih pelurusan nama-nama. "Ibu, memang di TikTok *Affiliate* itu kita ada *share link* juga, bisa mendapatkan cuan dari *affiliate*, cuma kan *share link* mah hanya sifatnya itu... Ibu tidak hanya sebatas menge-share-kan langsung, Ibu dapat uang, enggak. Tapi tetep orang itu harus beli melalui... beli barang melalui *link* yang Ibu bagikan. Nah, itu baru Ibu dapat komisi, tapi kalau enggak mah cuma nge-share *link* aja mah ya gak dapat uang lah." Itu kan perlu dijelaskan, apa, terutama kepada peserta-peserta yang notabene ya yang sepuh lah.

Pahma : Kalau solusinya, Pak, terkait hambatan itu udah ada belum?

Anggrita: Nah, untuk solusinya itu sampai saat ini kita terus berupaya apa sih... memikirkan caranya seperti apa. Namun, antisipasinya yang paling bisa kita lakukan adalah ya kita menjelaskan langsung, *direct*. Meskipun memakan waktu, gitu. Itu mah menurut Bapak wajib banget dilakukan, gitu ya, kita kasih pemahaman lah gitu. Meskipun itu sangat-sangat memakan waktu ke pengurus mas-masnya gitu. Dan mau gak mau karena kita yang menjalankan, yang kita yang mengurus mengadakan acara ini, kalau ada peserta yang belum benar-benar paham ya wajib kita selesaikan, gitu, paham. Seperti itu. Kemudian, banyak juga peserta yang datang ke sini itu ketika kondisi mereka lagi sakit.

Anggrita: Ada yang baru seminggu kemarennya... seminggu kemarennya itu baru terkena musibah, terkena musibah kecelakaan ketabrak, gitu kan. Kakinya patah, dia maksa ke sini.

Pahma : Karena?

Anggrita: Ya karena pengen belajar, *maksakeun* (memaksakan) gitu kan, sampai pakai apa sih... alat, ya, gitu. Bahkan ada santri juga yang datang ke sini dia sendiri, tapi *padunung* (penduduk) mohon maaf ya, santrinya teh kan lumpuh.

Anggrita: Dia itu bela-belain naik travel. Naik travel ke sini sendirian, pakai kursi roda. Nah, itu jadi salah satu hambatan kita di sini, masalah dari di sini, gitu kan. Karena di sini pengurusnya itu kalau ada peserta-peserta seperti itu, mungkin ada yang siap, ada yang... ada yang mau mungkin ada yang tidak mungkin ya mengurusnya gitu kan. Ya kebanyakan mungkin yang gak mau mengurus peserta seperti itu mah, gitu kan. Makanya kalau ada yang seperti itu, gitu ya, Bapak kan dulu sering banget *live* di akun TikTok masjid. Nah, sama Bapak dikasih literasi, narasi lah ya gitu. "Bilamana Bapak, Ibu, ingin belajar banget, ingin datang banget ke Masjid Al-Kaffah, tapi kondisinya itu lagi sedang tidak memungkinkan, sakit atau apa, jangan dulu memaksakan. Ya, silakan Bapak, Ibu semua, tonton aja dulu video pembelajaran dari Kang Adit, 14 video." Selalu Bapak apa sih, arahkan seperti itu, gitu. Karena mereka juga ya pas kalau ditanya ya gitu, pasti kewalahan, Pak, kalau ada peserta yang gitu mah gitu. Pertama, kalau mereka sakit itu tidurnya di mana? Coba. Kan di sini tidak ada ruangan. Nah, fasilitas juga ini bisa jadi hambatan kita di sini, Mah, yang belum memadai. *Siga* (seperti) peserta untuk menginap perempuan, ataupun pas sakit tiba-tiba, gitu kan. Selama ini kita waktu itu masih mengizinkan peserta perempuan itu menginap di ruangan PAUD di bawah, di sini gitu ya. Cuma sekarang udah enggak, karena banyak juga kejadian-kejadian pencurian.

Anggrita: Kan itu makanya peserta yang datang ke sini niatnya... banyak juga yang pengen belajar tapi lebih banyak lagi yang niatnya aneh-aneh gitu. Apa coba,

Anggrita: Papan dada diambil di sini buat apa coba, hilang tiba-tiba hilang. Besoknya kan Bapak, hari Senin atau Selasa, dapat laporan dari guru-guru, "Pak Angga, kemarin itu kan bekas dipakai menginap ya, peserta perempuan. Kok ada yang hilang ya, sendal anak..." ataupun "ini kok jadi banyak sampah gini-gini." Itu kan sedih gitu, dari pengurus niatnya udah baik, ngasih ilmu, gratis, pula. Tapi pesertanya kayak gitu, gitu kan. Jadi bener-bener mah tadi, semakin banyak peserta yang datang ke sini juga semakin banyak masalah yang ditimbulkan, yang terjadi. Yang awalnya kita, "Ah, wah *moal* (tidak) mungkin, *moal* (tidak) mungkin *aya* (ada) *meureun* (mungkin) nu (yang) *kieu* (gini) mah masalahnya," gitu kan ya. Emang dari MMC yang belasan juga banyak pesertanya, lebih banyak bahkan, tapi tidak pernah sekalipun kejadian seperti itu. Jadi kejadian seperti ini dari MMC 20 ke atas sampai sekarang 35, gitu, kejadian seperti itu teh.

Pahma : Kalau terkait tadi masalah yang internal itu udah ada solusinya belum, Pak? Yang mana? Yang masalah internal, koordinasi.

Anggrita: Koordinasi, ya itu mah apa sih, pokoknya teruslah kita mengawasi, baik Bapak, baik Isan, kadang gini, kalau secara struktural itu Bapak itu tidak boleh meng... ngasih arahan kepada grup yang lain. Tapi Aa Aska kadang suka ada... suka nyuruh Aa Aska, "Mang, bantuin Aa, bantuin Aa, untuk mengawasi yang lain." Kan seperti itu. Nah, kadang Isan juga sih, suka seperti itu. Jadi ngasih arahan ke Bapak, ya karena Aa Aska kan ibaratkan ya tinggilah jabatannya ya di bawah Bapak, di atas Aa Fahd gitu. Ada wewenang di situ, cuma kan kalau secara struktural itu harus ke sini dulu, ke sini dulu kan, gak bisa langsung *ujug-ujug* (tiba-tiba). Kan kalau yang itu kan mungkin harus ke Kang Kholid dulu sebagai wakilnya, tapi kan mau langsung ke Bapak, gitu. Jadi mungkin itu mah dilakukan sama Kang Aska ketika waktu mendesak saja, gitu mah, tidak sering. Tapi kalau peserta... kalau yang sering mah arahan ya secara struktural, jadi rapi gitu ngasih arahan. Termasuk Aa Aska kalau pengen minta ini dibersihkan, harus izin dulu ke Bapak. Karena harus sebagai *leader* ini, masa main alih-alih Kang. Gak bisa *ujug-ujug* (tiba-tiba), "Kang, ngasih arahan ke Mas Anang sama Mang Arik," gak bisa, gitu, gak boleh. Jadi itu mah kalau ada hal-hal yang urgen seperti itu, memang terkadang Aska itu suka ngasih arahan langsung ke Bapak. Eh, ya demi Aska berpikirnya mungkin ya demi acara itu bisa berjalan aja gitu, ya demi... *Siga* (seperti) acara *iyeu wae* (ini aja), *siga* (seperti) acara hal yang berkaitan dengan masalah operasional. *Siga* (seperti) listrik habis, wifi habis, kan kalau secara struktural itu Aska menyuruh bendahara kan? Tapi kenapa Aska selalu bilang ke Bapak? Gitu. Karena memang sebelum ada apa sih... struktur ini resmi dilantik kan, memang Bapak tuh suka jadi dalam ibaratkan, suka jadi penyelamat ya. Karena Bapak juga niatnya pengen acara teh berjalan dengan semestinyalah sesuai, jangan... jangan sampai ada hambatan gitu, sekecil apa pun gitu. Karena kebiasaan yang seperti itu, nah... *ayeuna* (sekarang) teh struktur udah ada tapi masih saja itu hal seperti terjadi, gitu kan. Kan ku (oleh) Bapaknya, "Zakat, listrik dibayar," kan uang di Bapak keluar, gitu nya gitu kan, uang bayar Bapak keluar, uang bayar uang bayar uang bayar gitu, gitu kan. *Ari* (kalau) minta ke bendahara dulu mah kan ribet, maksudnya bendahara Al-Kaffah kan kuliah posisinya gitu kan ya, jadi sementara butuh urgen bisa *kudu* (harus) diselesaikan, sementara orangnya gak ada, gak ada, gitu kan. Tapi itu mah sesekali sih, sekarang mah udah rapi lah, gitu, udah rapi. Dah harus apa... apalagi kita udah punya perusahaan di sini, maksudnya udah mengurus milik masjid, ya secara aturan harus dibenahi. Dan herannya ini, ada apa sih... ada *fingerprint*. Jadi absen.

Pahma : Hubungan... meskipun ada BUMM tapi buat kayak pemasukan masjid yang lainnya masih berjalan gak? Kayak buat zakat atau sedekah yang kayak gitu tah?

Anggrita: Oke, kalau buat zakat itu, khususnya untuk infak beras ya, itu masih disubsidi sama PT. Gitu, tapi PT juga kan itu zakatnya kan, kalau zakat mah uang zakat itu tergantung adanya... jadi gak *flat* sama tiap bulannya itu, gak, ada kurang ada lebih kan. Padahal sekarang itu lagi ditekan. Jadi kan zakat mah dari zakat penghasilan kan, terus sama PT yang di... apa sih, yang dikeluarkan jadinya jadi beras, dibagikan ke masyarakat, itu masih di... masih disubsidi, masih dari PT lah. Tapi kalau itu... untuk kebutuhan

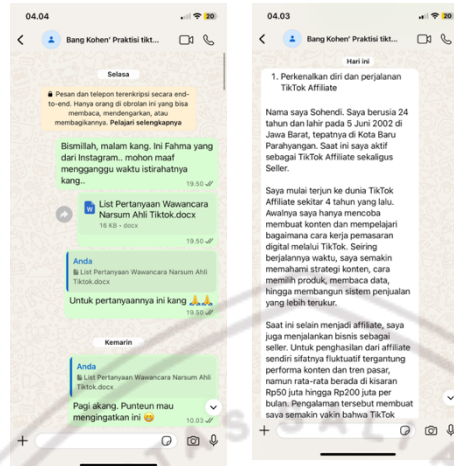
operasional yang lain mah bener-bener sekarang tuh dari masjid. Gitu, dari penghasilan masjid BUMM tadi, dari agensi, dari *live streaming*, dari *fundraising*, kita kan se- kita juga suka *fundraising* gitu ya, nyebarin poster macam-macam, gitu. Dari situ juga buat kebersihan masjid, listrik, wifi, air, macam-macam. Nah, sekarang itu ada apa sih... ada kebijakan baru dari Aska. Nah, dulu mah kan... masjid nih mengelola segala bentuk zakat, infak, sodakohnya. Bikin poster *fundraising* macam-macam. Nah, sekarang itu Aa Aska kerja sama dengan salah satu... filantropi, yayasan kemanusiaan, yaitu IBS. Indonesia Beramal Sholeh. Jadi kita punya database, database buat MMC, kan udah ada 15 ribuan anggota lah ya. Nah, itu tuh dikelola sama tim sana. Karena mereka secara apa ya... secara jam terbangnya udah bagus lah, udah berpengalaman untuk dalam hal *fundraising* kemanusiaan gitu, jadi kita kerja sama sama mereka. Nah, nanti hasilnya tentu ada persenan yang dibagi-bagi, mereka dapat berapa, kita... kita dapat berapa. Jadi sekarang mah kita tetep kita *fundraising*, cuma... apa ya, yang kecil-kecil mungkin, ya, tapi kalau yang besar-besar udah sama mereka kita kerja sama. Jadi masjid gak usah lulut-lulut lagi bikin poster, gak usah. Gitu kan, gak usah nge-share-ge-share ke mana, sama dia jadi mereka itu dari bikin posternya sampai nge-*share* ke mana pun sama mereka, gitu. Cuma memang nanti ada apa sih... ada persenan yang harus dibagi-bagi.

Pahma : Yatim Siap Kerja masih itu, Pak, ya?

Anggrita: Yatim Siap Kerja pasti. Oh, masih? Masih, dan kita baru beres ke *batch* yang kedua, udah beres, dan itu alhamdulillah gitu ya. Kalau *batch* pertama itu yang Bapak dengar ya, gitulah, kalau anak-anak itu. Ada yang belum kerja, ada juga yang sudah kerja, ada yang lanjutin TikTok *Affiliate* ada juga yang enggak. Nah, kalau yang *batch* kedua itu tiga orang alhamdulillah dua orang ini udah bekerja di salah satu *seller*. Kerja bareng *seller* dan gajinya gede. Sebulan UMR lah gitu ya, UMR ini baru beres, yang semalem lagi si Adit di sini, ya ikut bantu aja jadi juru kamera, videografer lah di sini. Jadi itu masih gitu ya, program Yatim Siap Kerja masih. Jadi program itu tuh kita kerja sama dengan Yayasan Rumah Yatim Bandung. Mereka kerja sama, mereka memberdayakan anak yatim mereka biar punya penghasilan dari TikTok *Affiliate*.

Transkrip Wawancara Informan Ahli Bidang TikTok *Affiliate*

Hari/ Tanggal : Kamis, 18 Juni 2026
 Tempat : Via WhatsApp
 Waktu : 03.49
 Durasi : Kondisional
 Dokumentasi :



1. Bisa perkenalkan diri, tempat tanggal lahir, riwayat pendidikan, pekerjaan saat ini, dan cerita perjalanan karir di bidang TikTok Affiliate, apakah bapak sudah mendapat sertifikasi Tiktok dan berapa jumlah komisi yang di dapat saat ini di TikTok Affiliate?

Nama saya Sohendi. Saya berusia 24 tahun dan lahir pada 5 Juni 2002 di Jawa Barat, tepatnya di Kota Baru Parahyangan. Saat ini saya aktif sebagai TikTok Affiliate sekaligus *Seller*. Saya mulai terjun ke dunia TikTok *Affiliate* sekitar 4 tahun yang lalu. Awalnya saya hanya mencoba membuat konten dan mempelajari bagaimana cara kerja pemasaran digital melalui TikTok. Seiring berjalannya waktu, saya semakin memahami strategi konten, cara memilih produk, membaca data, hingga membangun sistem penjualan yang lebih terukur. Saat ini selain menjadi *affiliate*, saya juga menjalankan bisnis sebagai *seller*. Untuk penghasilan dari *affiliate* sendiri sifatnya fluktuatif tergantung performa konten dan tren pasar, namun rata-rata berada di kisaran Rp50 juta hingga Rp200 juta per bulan. Pengalaman tersebut membuat saya semakin yakin bahwa TikTok *Affiliate* merupakan peluang ekonomi digital yang sangat besar jika dijalankan dengan konsisten dan serius.

2. Sudah berapa kali Bapak mengisi di kegiatan MMC, dan mengenai apa?

Sejauh ini saya sudah tiga kali menjadi narasumber dalam kegiatan yang berkaitan dengan *affiliate* di lingkungan masjid *Affiliate*. Materi yang saya sampaikan umumnya membahas peluang ekonomi digital, cara memulai TikTok *Affiliate* dari nol, strategi membuat konten, hingga membangun konsistensi dalam menjalankannya. Bagi saya, kegiatan seperti ini sangat positif karena dapat membuka wawasan masyarakat bahwa peluang mencari penghasilan dari internet saat ini semakin luas dan bisa diakses oleh siapa saja.

3. Dari pengalaman Bapak, apa keunggulan nyata (*relative advantage*) TikTok Affiliate dibanding platform *e-commerce* atau bisnis digital lainnya?

Menurut saya, keunggulan terbesar TikTok *Affiliate* adalah fleksibilitas dan potensi penghasilannya yang tidak terbatas. Seseorang bisa menjalankan *affiliate* dari mana saja dan kapan saja tanpa harus memiliki stok barang, gudang, atau modal besar. Selain itu, TikTok memiliki algoritma yang memungkinkan konten dari akun kecil sekalipun mendapatkan jutaan penonton. Hal ini membuat peluang sukses terbuka untuk siapa saja selama mau belajar, konsisten membuat konten, dan terus memperbaiki kualitasnya.

4. Seberapa mudah atau sulit (*complexity*) seseorang yang baru memulai memahami dan menjalankan TikTok Affiliate?

Kalau ditanya mudah atau sulit, menurut saya berada di tengah-tengah. TikTok Affiliate tidak sesulit yang dibayangkan banyak orang, tetapi juga tidak bisa langsung berhasil dalam waktu singkat. Tantangan terbesar biasanya ada pada keberanian untuk memulai dan konsistensi membuat konten. Saran saya untuk pemula adalah jangan terlalu banyak berpikir. Mulailah membuat konten terlebih dahulu. Salah satu cara yang paling mudah adalah dengan bercerita atau berbagi pengalaman. Dari situ kemampuan membuat konten akan berkembang secara bertahap.

5. Seberapa penting praktik langsung (*triability*) bagi pemula dalam belajar TikTok Affiliate? Apakah format MMC 2 hari 3 malam cukup memadai?

Praktik langsung sangat penting karena kemampuan di dunia digital tidak cukup dipelajari melalui teori saja. Program MMC menurut saya sangat baik sebagai langkah awal untuk mengenalkan peserta pada dunia TikTok Affiliate. Peserta bisa memahami dasar-dasar yang dibutuhkan untuk memulai. Namun setelah pelatihan selesai, proses belajar tidak boleh berhenti. Skill harus terus diasah melalui praktik, evaluasi, dan pengalaman di lapangan. Jadi MMC adalah pintu masuk yang baik, tetapi kesuksesan tetap ditentukan oleh konsistensi peserta setelah pelatihan berakhir.

6. Bagaimana cara terbaik memperlihatkan hasil nyata (*observability*) kepada calon affliator agar mereka mau mencoba?

Menurut saya, cara terbaik adalah menunjukkan contoh orang-orang yang sudah berhasil dan memiliki latar belakang yang mirip dengan peserta. Ketika seseorang melihat bahwa ada orang biasa dengan kondisi yang sama berhasil mendapatkan penghasilan dari TikTok Affiliate, maka kepercayaan dirinya akan meningkat. Mereka akan merasa bahwa peluang tersebut juga bisa mereka raih. Karena itu, testimoni, studi kasus, dan kisah sukses nyata sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat mencoba TikTok Affiliate.

7. Dari pengamatan Bapak, apa hambatan terbesar yang membuat seseorang berhenti di tahap keputusan atau *implementation* dalam TikTok Affiliate?

Hambatan terbesar yang saya lihat adalah kurangnya konsistensi dan kesabaran. Banyak orang semangat di awal, tetapi berhenti ketika kontennya belum mendapatkan hasil dalam beberapa minggu pertama. Padahal proses membangun akun dan memahami algoritma membutuhkan waktu. Kesuksesan di TikTok Affiliate sering kali datang kepada mereka yang terus mencoba, terus belajar, dan tidak mudah menyerah ketika hasilnya belum terlihat.

8. Bagaimana peran komunitas atau jaringan (*network*) dalam mendukung seseorang yang baru mengadopsi TikTok Affiliate?

Komunitas memiliki peran yang sangat penting dalam membantu seseorang berkembang. Dengan adanya komunitas, seseorang dapat saling bertukar pengalaman, mendapatkan motivasi, dan belajar dari kesalahan maupun keberhasilan anggota lainnya. Selain itu, komunitas juga membuat seseorang lebih termotivasi untuk terus tumbuh karena melihat perkembangan orang-orang di sekitarnya.

9. Bagaimana Bapak menilai pendekatan program MMC yang mengintegrasikan pelatihan ekonomi digital dengan lingkungan masjid dan nilai keagamaan?

Menurut saya program MMC sangat inspiratif dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Program ini tidak hanya mengajarkan keterampilan digital, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi banyak orang. Saya melihat banyak peserta yang sebelumnya tidak memahami dunia digital menjadi

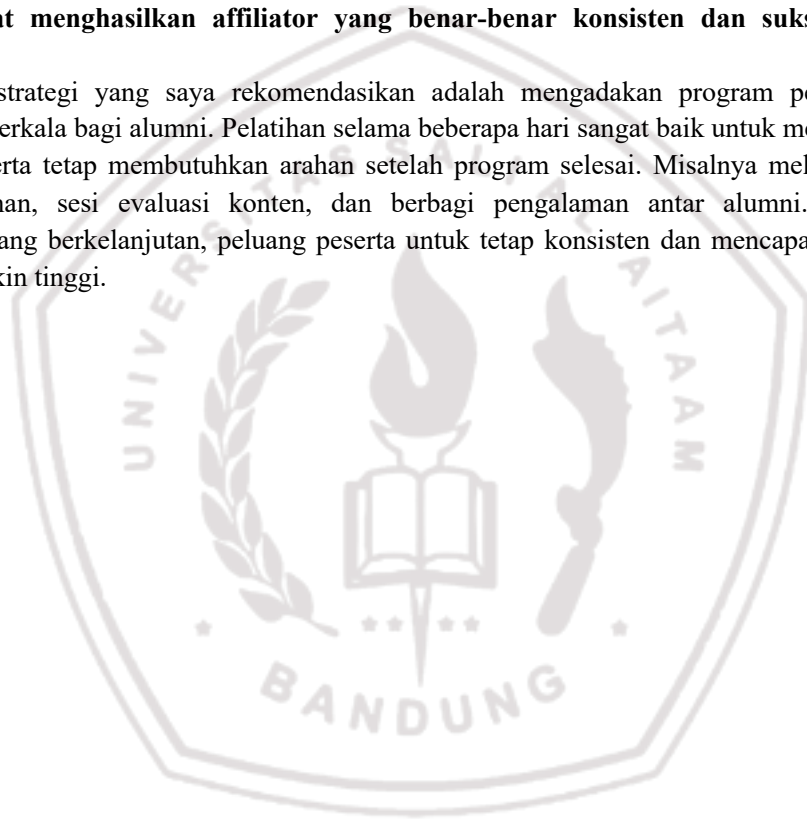
lebih percaya diri untuk mencoba dan belajar. Karena manfaatnya sangat besar, saya berharap program seperti ini dapat diperluas dan dilaksanakan di lebih banyak daerah di Indonesia.

10. Menurut Bapak, seberapa penting sebuah komunitas atau lembaga seperti masjid dalam menguasai dan mengeksplorasi teknologi baru seperti TikTok Affiliate sebelum mengajarkannya?

Menurut saya, hal ini sangat penting. Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga dapat menjadi pusat pemberdayaan masyarakat. Ketika masjid mampu memahami dan mengajarkan teknologi digital seperti TikTok Affiliate, maka manfaatnya bisa dirasakan secara luas oleh jamaah. Selain membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, program seperti ini juga dapat menarik generasi muda untuk lebih aktif datang ke masjid dan mengikuti kegiatan yang bermanfaat.

11. Apa strategi optimalisasi yang Bapak rekomendasikan agar program pelatihan seperti MMC dapat menghasilkan affiliator yang benar-benar konsisten dan sukses jangka panjang?

Salah satu strategi yang saya rekomendasikan adalah mengadakan program pendampingan dan evaluasi secara berkala bagi alumni. Pelatihan selama beberapa hari sangat baik untuk memberikan fondasi awal, tetapi peserta tetap membutuhkan arahan setelah program selesai. Misalnya melalui grup diskusi, mentoring bulanan, sesi evaluasi konten, dan berbagi pengalaman antar alumni. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, peluang peserta untuk tetap konsisten dan mencapai hasil yang lebih besar akan semakin tinggi.



Transkrip Wawancara Informan Ahli Bidang Manajemen *Masjid*

Hari/ Tanggal : Selasa, 15 Juni 2026
 Tempat : Kediaman rumah informan (Arjasari, Kab. Bandung)
 Waktu : 06.00-06.18
 Durasi : 18 menit, 20 detik
 Dokumentasi :



Pahma: Baik, *bismillahirrahmanirrahim*. Bapak sebelumnya bisa perkenalkan diri terus bisa ceritakan riwayat di singkat mengenai perjalanan hidupnya.

Cecep: Waalaikumsalam, bisa eee.. nama saya Cecep Supriadi. Kalau alamatnya di Kampung Babakan Siliwangi, Desa Pinggirsari, saya berdomisili di RT 02, RW 07. Kalau mengenai riwayat hidup saya ya. Saya ini kan ee... dua bersaudara ya. Saya punya saudara yaitu kakak kandung seorang ee perempuan. Nah, kalau sekarang ya saya ini ee usia saya sekitar ee 47 tahunan ini ya. Jadi saya sekarang memiliki keluarga ee semuanya anak 4 orang. Dua orang laki-laki, dua orang perempuan. Kemudian kalau saya sehari-hari ya bekerja sebagai buruh serabutan begitu ya. Kadang-kadang ya ada bekerja di kulit bangunan, ada jadi pedagang *online* juga kadang-kadang begitu. Kemudian ya sehari-hari juga saya aktif juga di ini ini di kegiatan-kegiatan sosial juga. Terkadang di majelis taklim dan sebagainya begitu. Ya, kalau sekarang ee.. saya ya seperti ini ee begitu. Jadi sekian dulu saya tidak bisa cerita lengkap ini. Asalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Pahma: Baik, Bapak. Ee,, mengenai kepengurusan masjid bisa diceritakan perjalanan terkait menjadi ketua DKM ini Bapak mengelola masjid dari sejak tahun berapa?

Cecep: Kalau mengenai riwayat jadi kepengurusan di masyarakat khususnya di masjid ya, ya saya sekitar tahun 1997 sudah mulai aktif bersama orang-orang tua pengelola masjid dan keserinya. sekitar tahun 2000-an ya begitulah. Saya secara mandiri bersama teman-teman, saudara, mengelola kemasyarakatan di kepengurusan masjid. Dan sampai saat ini kegiatan-kegiatan pun alhamdulillah bisa berjalan sebagaimana mestinya seperti kegiatan ee.. majelis taklim ya, kegiatan keagamaan lainnya bisa berjalan dengan baik begitu.

Pahma: Baik, Bapak. Untuk pertanyaan pertama nih, menurut Bapak Bapak. Fungsi ideal masjid secara normatif dalam Islam di kehidupan masyarakat itu seperti apa?

Cecep: Ya, semestinya ya kalau sudah mampu sebagai umat Islam itu berpikirnya harus maju ya. Sebagaimana di zaman Rasulullah Muhammad sallallahu alaihi wasallam, jadi fungsi masjid itu ternyata di zaman beliau itu bukan hanya berfungsi sebagai tempat ibadah ritual saja seperti seperti pelaksanaan salat lima waktu, salat ee... Id dan lain sebagainya. Akan tetapi di zaman Rasulullah itu masjid berfungsi juga sebagai tempat-tempat strategi seperti ee permusyawaratan keagamaan untuk membicarakan kepentingan-kepentingan kemasyarakatan dan acara positif lainnya begitu. Tapi ya kalau di zaman kita sekarang ini masih sulit ya ee untuk mewujudkan ee masjid ya, seperti itu. Ya, terkait mungkin nya sekitaran SDM ya, SDM yang pengelola-pengelola masjid yang banyak belum berkonten terutama di perkampungan begitu deh. Baik, Bapak. Em, apakah Bapak mengetahui fenomena masjid yang ada di Banjaran, Masjid Apiliat ini kan mengadakan pelatihan TikTok Apiliat ya, sebagai program utamanya.

Pahma: Pandangan Bapak terkait masjid ini bagaimana nih, Pak?

Cecep: Ya, terkait Masjid Affiliate yang sedang *booming* itu ya dan diekspos terus-terusan di media sosial ya seperti hanya di media TikTok dan lain sebagainya itu ya. Di satu sisi memang kelihatan kemakmuran masjid semakin meningkat ya mungkin dengan adanya kegiatan tersebut yang diiming-imingi oleh apa namanya semacam merintis usaha ya cari cuan begitu di TikTok ya menjadi affiliate dan adanya pelatihan-pelatihan hal terkait begitu. Kalau pandangan saya menurut agama ya gitu. Jadi mesti itu pertama ya jangan dihilangkan dulu fungsinya untuk tempat ibadah ritual ya seperti salat berjamaah lima waktu pertama itu ya. Kedua tadi kan saya sudah menyinggung bahwa di zaman Rasulullah itu yang namanya masjid itu bukan hanya untuk tempat salat berjamaah saja kan tetapi diisi juga dengan kegiatan-kegiatan positif. lainnya seperti musyawarah, dan hal lain-lainnya begitu ya. Nah, kemudian dalam hal ini masjid akhir-akhir ini adalah begitu ya seperti masjid apile tersebut yang mengadakan pelatihan-pelatihan yang mungkin dianggap positif ya dan menggembirakan. Saya kira asalkan jangan melenceng daripada tujuan didedikannya masjid untuk berkhidmat untuk beribadah kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.

ya boleh-boleh saja asalkan kegiatan tersebut tidak melampaui batas-batas kewajaran ya. Dalam artian ya kegiatan bisnis itu ya mestinya di tempat yang terpisah jangan lalu misalkan terus-terusan di dalam masjid begitu ya. Kalau memang kegiatan-kegiatan masjid positif lainnya bisa tertindih atau tersingkir *nauzubillah* min dalik ya begitu. Akan tetapi apa namanya kegiatan pelatihan ekonomi, bisnis ya diselenggarakan oleh Masjid Affiliate umpamanya untuk kemajuan masyarakat adalah hal yang positif menurut saya begitu ya. Asal tadi itu Masjidnya jangan di apa namanya kegiatan tersebut seperti halnya pelatihan menjadi TikTok *Affiliate* itu jangan lantas mengesampingkan kan atau menomor duakan ibadah pokoknya di dalam masjid tersebut. Dan tentunya kalau di zaman Nabi itu yang namanya masjid itu kan ada yang namanya masjid di Ror itu. Masjid di Ror itu yang didirikan masjidnya bukan berlandaskan untuk mendirikan ketakwaan. Masjid Masjid di Ror itu adalah masjid yang didirikannya oleh orang-orang munafik begitu ya gitu tapi ya mudah-mudahan masjid ini mah tidak tergolong seperti itu dan terus mengadakan edukasi-edukasi ekonomi ataupun apa namanya pertiktokan ini dalam hal yang wajar dan tidak berlebih-lebihan begitu kalau pandangan saya.

Pahma: Baik Bapak, sepertinya Bapak cukup memahami tentang TikTok *Affiliate*. Apa sejauh ini Bapak juga ikut menerapkan dalam dalam TikTok Affiliate ini? Ikut terjun enggak, Pak?

Cecep: Kalau berbicara apakah saya ikut terjun dalam TikTok Affiliate? Saya memang terdaftar sebagai TikTok Affiliate, namun saya belum sukses begitu ya, gitu. Dan saya mandiri ya, belajarnya mandiri. Jadi sampai sekarang saya masih berjalan terseok-seok begitu.

Pahma: Oke. Dari sudut Bapak sendiri nih, apakah inovasi seperti program MMC ini apakah sesuai atau bertentangan dengan nilai dan fungsi masjid?

Cecep: Kalau pandangan saya pribadi ini ya, pandangan saya pribadi ya itu tadi. Kalau sekiranya pelatihan TikTok affiliate yang berlokasi di seputaran masjid itu diselenggarakan dan tidak mengganggu atau tidak mengesampingkan kegiatan-kegiatan ibadah ya, saya kira tidak ada salahnya ya begitu. Tapi ya kalau nantinya kegiatan tersebut malah jadi dipandang lebih utama daripada ibadah gitu ya, daripada ibadah salat berjamaah, menyantuni fakir miskin ya misalkan dan lain-lain sebagainya. Saya kira hal tersebut bisa menjadi dipandang negatif dalam pandangan agama begitu.

Pahma: Baik, untuk norma sosial dan pandangan keagamaan seperti apa yang menurut Bapak dapat mendukung atau menghambat adopsi inovasi digital di masjid?

Cecep: Kalau menurut saya ini ya, jadi bab inovasi digital begitu ya, yang seakan-akan kalau zaman sekarang ee... ya tidak bisa terlepas juga daripada kegiatan masjid ya begitu. Karena akan kita lihat juga ee informasi demikian cepat masuknya ya dan diakses sangat mudah dengan adanya digital ini. Seperti halnya kan Smartphone yang digunakan oleh para ustaz umpamanya ya untuk mengakses kitab-kitab kuning di

Google begitu ya. Jadi itu kan memang sangat memudahkan sekali dan membantu sekali. Bayangkan ketika ke dulu itu para ustaz ingin memahami kitab kuning atau kitab-kitab bacaan hadis ya, itu harus pesantrennya dapat sampai 10 tahun itu lama sekali ya kalau dahulu itu. Nah, kalau sekarang demi percepatan teknologi itu seperti digital ini ya ee semakin mempercepat juga memperkaya siapapun yang mau mengakses hal tersebut itu ya menjadi bahkan menjadi sangat pintar nampaknya dengan adanya terobosan digital termasuk sudah lama ini di kegiatan di masjid ya dan dunia digital ini memang kalau zaman sekarang ini nampaknya sudah tidak bisa dilepas itu daripada kegiatan sehari-hari termasuk dalam kegiatan ibadah nampaknya begitu.

Pahma: Ee.. kalau faktor yang dapat mendukung atau menghambat adopsi inovasi digital di masjid menurut Bapak apa nih?

Cecep: Jika masjid ingin menerapkan terkait transformasi digital gitu. Nah, Haknya ya kalau kita perhatikan, terutama saya kan berdomisili di masjid kampung begitu ya, katakanlah di kampung, di pedesaan begitu. Jadi nampaknya pemikiran orang itu ya masih sebatas memikirkan dunia digital itu ya hanya sebatas belanja-belanja begitu ya, mengakses informasi biasa begitu. Belum masuk ke ranah sebenarnya kita bisa mengakses tentang pengetahuan agama juga sebenarnya dari sana, ya. Seperti tentang informasi di dunia Islam yang berada di luar negeri, misalkan gitu ya. Dan mungkin juga tentang teknologi, ekonomi, perusahaan, dan lain sebagainya sebenarnya sudah gampang diakses dengan teknologi digital tersebut. Dan nampaknya kalau menurut saya ini ya, kalau yang bisa menghambat hal tersebut itu karena memang mungkin ya kalau di perkampungan itu berpikirnya masih belum 100% terbuka terhadap era digital ini bisa dikaitkan dengan hal ibadah begitu.

Pahma: Oke. Apa Nama masjid yang Bapak kelola ini apa, Pak? Terus kondisi keuangan yang dikelola saat ini seperti apa? Apakah pemasukan kayak JISWAF ini sudah mencukupi kebutuhan operasional sama program masjid?

Cecep: Nah, kalau urusan ini saya eee... menarik juga ini pertanyaan deh ini ya. Jadi kalau berbicara tentang apa tadi namanya ee,, tentang jiz di masjid pengelolaan jiz ya seperti itu. Di masjid kami ini kalau masjid di sini ini yang saya geluti di sini namanya Masjid Miftahul Falah ini. Nah, kemudian kalau berbicara tentang pendapatan pemasukan di masjid itu sangat minim sekali. Terutama dikarenakan pemahaman masyarakat tentang jiz ya masih di bawah rata-rata pemahamannya. Jadi tentang zakat infak sedekah ini baru nampaknya beberapa orang saja dan belum belum begitu merata begitu pemahamannya sehingga bisa kita buktikan dalam hal pendapatan masjid itu masih sangat minim kalau dibandingkan dengan di masjid-masjid seperti perkotaan begitu deh.

Pahma: Baik, apakah Bapak pernah mempertimbangkan inovasi serupa kayak ya Masjid Affiliate ini untuk pengembangan masjid yang Bapak pimpin gitu, apakah ada hambatan yang dirasakan?

Cecep: Kalau Kalau pemikiran saya sedikit memang sudah ada ide ke arah itu ya. Namun dalam hal ini saya juga kan di sini mengelola masjid bukan sendirian. Jadi ada komponen-komponen lain yang harus saya ajak musyawarah begitu ya dan nampaknya belum belum mengetahui betul-betul tentang hal itu. Jadi saya juga masih pikir-pikir ini begitu ya. Jadi untuk ke arah sana harus melewati hal-hal lainnya gitu. tuh, jadi begitu.

Pahma: Baik, bagaimana menurut Bapak idealnya keseimbangan antara fungsi masjid spiritual dan fungsi sosial ekonomi masjid di era digital? Yang tadi mungkin Bapak ya, agar tidak menyampingkan kegiatan ibadah.

Cecep: Oh, iya begitu. Jadi, karena fungsi digital dalam hal keterkaitan bab ibadah atau kegiatan-kegiatan di masjid, memang ini kan seharusnya ee di perkampungan pun ya adalah semacam inovasi-inovasi ke arah sana begitu nampaknya. Namun ini kan kalau di perkampungan ini tidak semudah yang yang dibayangkan terkait dengan SDM-nya juga mungkin di masjid-masjid itu kan belum berpikir keras seperti

itu. Jadi perlu ada hal terobosan yang bisa membuka wawasan seperti itu bahwa di dunia agama Islam itu kan perlu ekonomi, kemajuan, peningkatan untuk meningkatkan taraf hidup sehingga mungkin kalau taraf hidup masyarakat bisa meningkat ya diharapkan tentang ibadah seperti zakat, infak, sedekah di masjid-masjid Terutama di perkampungan ini kan bisa bisa optimal keberadaannya dan kemakmuran masjid berikut fungsi-fungsinya mungkin bisa lebih tercapai dan dalam waktu yang tidak begitu lama mungkin kalau sudah ke arah sana.

Pahma: Baik, satu pertanyaan lagi Bapak. Jika masjid konvensional ingin bertransformasi gitu ya, menjadi masjid digital seperti masjid di Al-Kahfi Bunut ini, eksplorasi teknologi sama strategi apa gitu yang menurut Bapak harus dipersiapkan terlebih dahulu?

Cecep: Ya, nampaknya kalau di masjid sini atau di perkampungan sini nampaknya cukup panjang nantinya begitu prosesnya. Berawal harus ada apa namanya pertemuan dulu dengan para pengurus masjid, tokoh masyarakat juga begitu ya, tokoh agama semacam silaturahmi lah begitu. gitu ya. Kemudian ee.. silaturahmi itu harus benar-benar membuahkan hasil. Dalam artian me apa namanya tersampainya edukasi-edukasi positif tentang perdigitalan di masjid ini yang bisa membangun perekonomian juga begitu. Harus benar-benar bisa dipahami terhadap komponen para pengurus masjid dan masyarakat setempat dan tokoh setempat mungkin. Seperti itu, Dek.

Pahma: Kalau terkait Eksplorasi teknologinya yang perlu dipersiapkan menurut Bapak apa nih?

Cecep: Ya, kalau di kampung ini nampaknya dukungan teknologi ya kemungkinan ya, kemungkinan kalau dianggap ada hal-hal yang menarik baru itu responnya agak tinggi. Umpamanya saja misalkan kalau ada acara di masjid kemudian memakai alat ya seperti nonton begitu atau kayak apa pakai infokus,. Pakai infokus begitu jadi di edukasi hal terkaitnya dibikin semenarik mungkin ya, mungkin juga masyarakat bisa tertarik begitu ya.

Pahma: Baik, Bapak mungkin sekian terima kasih

Transkrip Wawancara Informan Pendukung (Hendra)

Hari/ Tanggal : Rabu, 20 Mei 2026
 Tempat : Warung, halaman Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut
 Waktu : 14.00-14.41
 Durasi : 41 menit, 29 detik
 Dokumentasi :



Pahma: Oke, bismillahirrahmanirrahim. Dari awal lagi ya, Pak ya? Dari nama. Terus nanti yang yang mau diajuin apa-apa aja tuh. Heeh, ada biar pertanyaan. siap Oh, iya.

Hendra: Udah mulai ini? Iya. Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Perkenalkan saya Pak H. Hendra Aryawan. Eee... lahir di Cianjur 1960.

Pahma: Sekarang berarti 66 ya?

Hendra: 66. Ini lagi Eee, kalau pekerjaan mah saya teh enggak punya pekerjaan tetap ya, cuman dari dulu dari muda itu saya bukan anak sekolah ya, saya anak pesantrenan. Anak pesantrenan, jadi setelah saya pesantren di Ma'had Al-Islam ya Cianjur saya langsung berangkat pesantren di Makkah, Arab Saudi. Masjidil Haram dari tahun 1987. 1987 saya masuk di Saudi Arabia di Makkah. Eee,.. belajar sampai tahun 6 tahunan lah. Setelah 6 tahun dapat pekerjaan di sana. Arab Saudi. Arab Saudi. Jadi mutawif di Maktab Haji, Maktab nomor kalau istilah di sana mah Maktab ya kantor kan? Maktab nomor 14 15. Pemilik saya Amin Tajudin. Di situ. Jadi saya bekerja mengurus jemaah haji itu hampir hampir yang non-stop 18 tahun lah. Jadi saya selama 18 tahun mengurus haji. Alhamdulillah saya juga 18 kali naik haji. Karena kita kan mubadir ya, kalau dia ngurus haji masa dia ada yang nge-haji juga. Ya harus dong. Heeh. Ini selama 18 tahun saya mengurus haji. Haji khusus dari Asia Tenggara seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, Singapura, Brunei, khusus itu Asia Tenggara. Jadi tiap-tiap tahun berganti-ganti. Tahun ini mungkin Indonesia, tahun depan mungkin Malaysia. Gitu aja. Jadi enggak tahu. tetap. Alhamdulillah selama 18 tahun itu ya untuk untuk pengalaman berhaji mah udah udah di kepala. Heeh. Nah, saya setelah itu kan si bos saya Almarhum meninggal. Saya Amin Tajudin. Heeh. Jadi saya ganti haluan. Pindah kapil kalau misalnya orang Arab Bang ya, pindah pindah bos. Jadi pindah bos di pos perhotelan. Diganti dengan bos saya namanya Muhammad Said Bal Araj Al Amudi sampai sekarang masih aktif sama saya komunikasi. Jadi selama di sana itu saya setiap tahun pulang satu kali atau dua tahun sekali atau dua tahun tiga kali begitu ya? Ya itu tergantung saya maunya. Mau pulang setahun sekali boleh, dua tahun sekali boleh, mau dua tahun tiga kali empat kali boleh. Gitu aja. Itu itu pengalaman saya di sana karena sini di Indonesia Saya enggak punya pengalaman. Iya. Iya, jadi saya berangkat tahun 87 kembali ke sini ke Indonesia menetap di Indonesia dari Februari 2023. Baru 4 tahun baru di sini kan di Indonesia? Baru 4 tahun ini. Jadi pengalaman di sini teh kurang tahu.

Pahma: Kalau Pak Haji sekolah terakhir siapa? Pendidikan terakhir siapa?

Hendra: Pendidikan terakhir saya di pesantren di sana. SMA berarti tingkatannya kalau di sini SMA? Kurang lebihlah begitu. Kurang lebih. Tahun berapa itu sekarang? Tahun 87, 86 87. Cuman di sana kan enggak punya ijazah. Cuman punya sertifikat dari MAHAD. Cuman kalau di sini setaranya mungkin setara

kalau orang bilang itu mungkin setaranya S1 atau S2 cuman kan enggak lain Oh, itu gitu. Sekitar tahun berapa 76? Dari tahun 87 sampai tahun 94, 94 ya. Berapa tuh? 7 berarti 3 4 7 tahunan lah. 7 tahunan. Pendidikan ee dari SD mah di sini di Indonesia? Di sini. SD di sini, di Indonesia. Sama SMA. Di sini, enggak, di sini SD aja. Oh, SD doang berarti. Iya, ya. Ini langsung ke pesantren kan di sini, di sini kan dulu mah. Heeh. Sistemnya. nya jadi belajar, jadi belajarnya belajar kitab-kitab kuning itu. Heeh. Itu. Pas sampai di sana juga begitu, cuma di sana mah kan belajar sistemnya sambil tahfid Quran, segala macam gitu lah. Siap-siap. Nah, Bapak yang pertama nih.

Pahma: Bagaimana Bapak tuh pertama kali teh mengetahui program MMC dari siapa atau lihat-lihat dari media apa?

Hendra: Ya, jadi pertama kali seperti saya sudah jelaskan ya beberapa bulan yang lalu. Desember itu saya datang habis bawa jemaah umrah kan. Alhamdulillah saya dipercaya juga. Bukan PT saya umrah kawan saya tapi saya suruh membesarkan ikut membesarkan PT umrah. Katanya, "Pak Haji, tolong dah bantu besarkan PT saya, travel saya." Yang ikut saya bilang, "Enggak apa-apa, saya ngambil program yang 1 bulan umroh di sana." Nah, setelah itu kan 1 bulan, saya kebetulan bulan pertama saya itu Oktober berangkat. Oktober, November, 1 bulan lah di sana. Desember ya ya November. Pulang lagi ke sini. Di sana kan banyak kenangan foto-foto. Masukin ke itu. Saya mau bikin ke Facebook, karena belum ngerti ada TikTok. Ah, telepon rekan saya, "Wah, katanya jangan ke tuh." Itu guno katanya. Bikin itu ke TikTok. Saya enggak enggak paham kan, TikTok itu apa? TikTok katanya yang buat itu. Pokoknyalah TikTok, sebelum bikin akun dibikin sama itu rekan kan. Terus dibikin, alhamdulillah tuh ya, satu satu PT di-upload. Tembus 600 follower satu hari. Tiga hari itu dapat 1.000 follower. Tiga tiga tiga PT itu. Nah, itu dilihat lagi sama menekan. Katanya, "Wah, ini bisa jadi duit." Katanya.

Saya enggak paham. Gimana caranya bisa jadi duit? Ya, bila itu iya katanya ngasih penjelasan lah bla bla bla. Nah, kebetulan keluar nih Pak Angga di branda TikTok. Kalau yang mau belajar TikTok aplikasi datang aja ke sini. Saya langsung catat. Dari TikTok Masjid. Iya, dari TikTok-nya Pak Angga Masjid. Langsung catat nomor teleponnya. Telepon langsung yang terima itu bukan Pak Angga. Kristen itu. itu. Saya mau ke sana, iya bawa sini aja, Pak. Katanya belajar. Ya, banyak lah banyak lewat. Akhirnya ke sini. Waktu itu mungkin MMC berapa ya? 17 kalau enggak salah. Ya, 17 mungkin. Setahun yang lalu sekarang sudah sudah setahun sekarang. Sudah setahun? Setahun, iya. Waktu itu kalau enggak salah yang ke-17 itu Mei mungkin. April atau ini? Iyalah akhir-akhir April. Mmm. 27, 28, 29. Iya. Jadi saya datang ke sini 27, 26 sekarang 27 mulai sampai di situ. Kan belum bisa apa-apa saya. Belajar cuma ngomong aja enggak ngerti apa-apa. Heeh. Akhirnya saya belajar di sini sampai ngomong sama Pak Pangga, saya mau tinggal di sini boleh katanya. Saya langsung kontrak di sini. Dapat mungkin 2 mingguan paham sedikit-sedikit. Sudah paham ya belajar konten sama semua ini kawan kawan-kawan. Dulu kan anak-anak santri bukan yang sekarang.

Diajarin sama anak-anak tiap hari. Mmm. Ya begitu. Diajarin alhamdulillah paham sedikit-sedikit. Nah, Pak Iwan. Kang Adit juga dulu mah aktif di masjid. Enggak kayak sekarang. Sekarang kan enggak aktif Kang Adit. Belum aktif tiap hari ada bertanya tiap hari tuh ada komunikasi. Alhamdulillah sampai sekarang jadi petah nih. Heeh. Bukan bukan apa jadi petah pokoknya jadi enggak mau pulang. Itu aja. Heeh. Sebelum ke sini. Nih, Bapak tuh kan ee.. nyatat nomor terus telepon. Sebelumnya Bapak ada izin ke anak dulu atau ngobrol sama keluarga sebelum ke sini? Enggak. Kan keluarga Bapak udah istri udah almarhum. Si istri Bapak udah almarhum tahun 2017. Jadi anak-anak pada jauh, satu di Jakarta, satu di Cianjur, satu di Bogor juga jauh. Jadi cuman yang ngomong-ngomong biasa aja. Karena semenjak datang dari Saudi itu saya jarang tinggal di rumah juga. Mmm. Tinggalnya di pesantren, pesantren. Cianjur. Ini sudah lu empat kali lebaran enggak pernah lebaran di rumah? Heeh. Dua kali di Cianjur, di pesantren, dua kali di Sukabumi. Itu saja. Jadi di rumah paling habis lebaran seminggu baru pulang ke rumah. Kumpul sama anak-anak. Jadi Bapak mau pas dapat in botnya langsung tertarik. Iya. Langsung tertarik, langsung

Langsung tertarik. di sini Iya, heeh. Sampai sekarang. Berarti itu mah dorongannya dari diri Bapak enggak ada? Iya, enggak ada. Enggak ada orang harus begini, enggak. Ini enggak. Pas datang ke sini kebetulan kan di masjid. Jadi pas. Emang saya tinggalnya maunya di masjid terus enggak di mana-mana. Walaupun ke mana-mana saya pasti tujuannya ke pesantren itu aja. Jadi pas datang ke sini Iya, jadi pas. Yang jadi betah. Itu. Heeh. Sampai sekarang.

Pahma: Jadi kalau motivasi utamanya berarti Pak buat ikut MMC apa tuh? Eee...kalau buat itu MMC?

Hendra: Heeh. Ya kalau ikut MMC-nya, jadi banyaknya manfaatnya terutama. Kalau motivasinya, alasannya? Alasan buat buat saya. Alasannya begini, jadi pertama kali kan mengingat usia saya sudah lanjut, sudah senja. Jadi apa yang harus dikerjakan? Masa mau ngabisin duit yang ada kan enggak enggak lucu juga. Jadi akhirnya biar saya ada pemasukan gimana karena sudah sudah datang sini kasih motivasi sama mentor-mentor. Ini katanya kalau belajar ini insya Allah dalam sekian hari bisa buat begini-begini gitu. Kita kan tertarik juga. Heeh. juga ya. Dalam usia saya saya tua ini kan kita enggak punya enggak bisa kerja berat. Ini kan kelihatan. Kalau punya ngonten kita konsisten, terus kita semangat juga ada umpamanya. Jadi ada pemasukan. Jadi di samping ada pemasukan, kita juga bisa ibadah dengan tenang karena ada pemasukan itu kan. Ya alhamdulillah sekarang terasa hasilnya dari ikut MMC itu. Terasa manfaatnya walaupun ya kita bukan bukan apa tuh belum punya penghasilan yang maksimal cuman untuk keperluan hari-hari mah alhamdulillah cukup cukup alhamdulillah. Gitu.

Pahma: Berarti buat dapat penghasilan gitu ya Pak lah? Iya. Nah, bisa diceritakan Pak sebelum ikut MMC pandangan awal tentang TikTok nih. Kayak gimana? Apakah Bapak langsung tertarik yang tadi atau ada ragu dulu atau kayak gimana?

Hendra: Kalau ragunya ragu apa saya bisa apa enggak ya? Gitu-gitu aja. Bisa enggak, tapi pas di sini kan belajar dikasih motivasi sama ustazah para itu para mentor. Akhirnya masuk ya, masuk Pak Paham, udah paham kan? Oh iya ya. Jadinya kan di saya udah mikirnya udah tua bisa enggak? Tapi setelah kita jalani mungkin terlihat, mungkin terlihat alhamdulillah. Jadi yang itu aja jadi alhamdulillah nya ada ada pemasukan. Jadi ada bekal buat hari-hari begini nih, hari tua ini. Jadi cukuplah alhamdulillah. Heeh. Gitu.

Pahma: Nah pas ikut MMC yang ke-17 ya Pak, ada enggak momen kayak yang paling meyakinkan bahwa Bapak bahwa TikTok itu bisa ada peluang gitu?

Hendra: Momen apa gitu ngelihat. Iya, ada. Ada. Soalnya waktu itu kan saya datang ke sini ada siapa itu mentor gitu? Kalau enggak salah Kohen atau siapa ya itu? Nah, jadi bikin bikin semangat juga itu. Katanya kan apalagi di dikasih semboyan begini. Jadi katanya walaupun tua kalau urusan begini jadi enggak enggak melihat dari umur ya. Yang penting ada kemauan gitu. Ya, alhamdulillah saya tuh ada semangat juga. Walaupun juga semangat saya masih ada. Semangat muda lah gitu.

Jadi belajar, belajar, belajar. Alhamdulillah. Setelah kita paham sedikit-sedikit. Pas begitu kalau istilah orang TikTok kan pecah telur ya. Oh, makin semangat. Oh, berarti saya bisa gitu ya. Heeh. Berarti saya bisa. Ini makin semangat. Apalagi sudah ada pemasukan sedikit-sedikit, tambah-tambah tuh. Kita makin semangat. Oh, iya ini berarti. Kita enggak kerja juga, enggak capek juga, tapi ada pemasukan. Alhamdulillah. Buat ibadah juga tenang, nyaman. Sambil ada di masjid terus setiap hari. Salat berjamaah enggak ketinggalan. Itu. Jadi ke situlah titik terakhir kita mah harapannya mah. Heeh.

Pahma: Jadi Bapak teh ada motivasi semakin terdorong tuh ngelihat ada tok ada top TikTok afiliator kan?

Hendra: Iya. Iya. Memotivasi. Motivasi. Ngelihatin penghasilannya. Penghasilannya.

Pahma: Tah, Bapak ngelihat ee.. dia ngelihatin penghasilan Bapak itu percaya enggak? Bahwa bisa segitu gitu.

Hendra: Kalau saya pertamanya enggak percaya, enggak percaya diri gitu ya, enggak PD, saya bisa enggak ya, bisa enggak, tapi kalau ngomong-ngomong seperti dulu kan saya bilang Pak Adit aktif, saya

bilang gimana Pak Adit bisa enggak? Bisa Pak, yang penting yakin aja asisten, bisa pasti bisa. Tapi saya itu memang saya dari dulu kalau saya kalau ada keinginan itu enggak patah semangat. Ya, saya harus bisa, harus bisa begitu aja. Alhamdulillah, walaupun kita lama karena kita lain ya, memorinya udah tua malah nya karena yang anak muda. Jadi udah agak lemah. Cuman agak lambat buat bisa belajar gitu. Jadi sedikit-sedikit itu masuk. Alhamdulillah. Iya, itu kayaknya malah Tapi setelah paham kita kan setelah ketemu ilmunya sedikit-sedikit jadi makin semangat. Apalagi udah ada pemasukan udah ada penjualan ya. Itu makin semangat kitanya.

Pahma: Nah, Bapak dari MMC 17 itu langsung tertarik lagi buat MMC selanjutnya. Itu gimana tuh?

Hendra: Jadi customer SMS MMS 17 kan di sini. Eee di sini mungkin 1 bulan. Sempat pulang. Pulang ke Bogor. Oh, pulang dulu? Iya, pulang. Pulang mungkin sebulan di sana. Sebulan enggak enggak bisa konsisten. Di sana itu. Mulai udah dari 17 pulang ke Bogor langsung praktek Bapak Iya. Iya, praktek. Tapi enggak konsisten. Kadang-kadang hari ini bikin konten, besoknya malas gitu ya. Karena Karena masih ada kerjaan waktu itu kan, kerjaan karena saya punya yang urus jemaah. Heeh. Jadi orang pas kebetulan kalau kita ke sana kan waktu itu lumayan ada jemaah ada banyak. Jadi hari ini harus kita imigrasi antara jemaah bikin passport. Heeh. macam-macam gitu lah.

Akhirnya berangkat saya umrah itu waktu itu. Dua jemaah sebulan di sana. Tapi sebelum berangkat di sini disiapkan dulu konten itu buat stok konten itu dari sini. Heeh. Jadi, di sana tinggal posting-nya tiap hari itu. Siap yang konten, pas dia makan itu dapat 1 bulan di sana, kembali ke sini. Pas kembali ke Indonesia setelah umrah itu saya mungkin dapat ya. Enggak sampai 2 minggu, seminggu 10 hari lah. Datang dari Mekkah 10 hari di Bogor. Langsung kembali ke sini. Karena di sini enggak enggak malas enggak enggak mau ngonten di rumah itu. Kembali ke sini. Akhirnya di sini kan kita lihat kawan-kawan yang mau suka ngonten dia kira semangatnya ke bawah gitu. Karena lingkungannya memang ngonten. Lingkungannya iya gitu. Alhamdulillah. Heeh. Kalau pulang udah berapa kali ya, cuman Di sana itu kalau pulang paling 10 hari di rumah itu. 2 minggu paling lama. Kembali lagi ke sini gitu aja.

Pahma: Berarti Bapak kalau dihitung-hitung berapa kali ikut MMC?

Hendra: Dari 17 ke berapa? Paling yang tertinggal itu 17 18 ikut. Mungkin dua kali atau tiga kali ya enggak ikut. 18 ikut. 19.

Pahma: Banyak yang ikut ya? Lima kali ada lima kali?

Hendra: Kayaknya lebih. Lebih dari lima kali. Lebih kayaknya, iya. Lebih ke lima kali. Sampai sekarang kan, sekarang kan karena di sini terus. Jadi kita tiap MMC walaupun enggak hadir di sana kan kita ada di sini. Gitu. Jadi begitu aja ceritanya sampai dari mulai sampai sekarang itu.

Pahma: Bapak mah dari awal ikut MMC itu udah langsung praktek itu ya, praktek bikin video kan?

Hendra: Iya, langsung. Langsung. Pecah telur

Pahma: berapa minggu Pak kemarin?

Hendra: Pecah telur mah kurang lebih seminggu lah. Langsung pecah telur. Seminggu atau kurang itu kurang udah lupa lah itu udah itu ya. Cuman saya waktu pertama pecah telur itu saya saya punya kawan Kang Rizki orang Karawang ya. Heeh. Pas gitu kan waktu itu jual lagi jualan perabotan itu di atas itu. Yang dijual itu baskom, baskom, plastik. Oh iya, perabot mat. Iya iya, perabot mat itu. Yang laku itu itu baskom. Oh kuping. Baskom. Yang satu lagi apa tuh? Yang apa lupa namanya itu. Ya, laku itu pertama saya dapat komisi Rp6.000. Oh, senang banget saya. Senang, oh berarti bukan bukan nilainya, berarti saya bisa gitu aja. Pecah telur juga Pecah telur juga ya. Berarti saya bisa ini. Akhirnya kasih semangat lagi sama Pak Iwan tuh. Ayo Pak Haji didorong sama Pak Iwan. Semangat lagi. Alhamdulillah tuh ya Neng ya. Waktu itu sampai setiap hari itu sampai ada 100 paket, 50 paket gitu. Per hari itu. Per hari itu. Tapi murah kan itu ya, cuman Rp2.000. Heeh. Kan lumayan kalau dapat 50 paket ya Rp2.000 kan lumayan juga kan? Iya. Kalau banyak mah. Jadi makin semangat. Kalau kita tahu makin semangat terus. Padahal kalau orang

bilang, "Ini Pak Haji Ustaz Tua ini masih bisa." katanya. Nah, terus kata Kang Adi tuh ya waktu itu, Pak Iwan, "Udah Pak Haji, kalau ada MNC tuh suruh kasih kasih motivasi. Hmm.

Pahma: Pernah ngisi, Bapak?

Hendra: Pernah, dikasih motivasi. Cuma bukan ngisi ngasih itu, cuman buat motivasi Motivasi. lagi Iya heeh Saya bilang ini saya sudah setua ini alhamdulillah bisa menghasilkan. menghasilkan Jadi saya bilang buat Bapak-bapak yang usia sudah lansia seperti saya jadi jangan terlalu semangat saya bilang. Heeh. Tetap semangat karena saya sudah tua ini juga bisa menghasilkan. Jadi ini jangan kalah sama anak muda ini begitu lah. Alhamdulillah sering dia dikasih ini kasih waktu. sama Pak Iwan di sini. Ya.

Pahma: Penghasilan kalau yang tertinggi itu pernah nyampai berapa?

Hendra: Enggak mesti sih, kemarin kemarin yang yang saya pernah penghasilan tinggi itu kemarin ada Ramadan ya. Itu waktu kali pertama kali belajar AI. Jadi 5 hari itu hampir dapat 4 juta komisi 5 hari. Iya, itu aja. Itu dalam 5 hari itu. Tapi kalau yang rata-rata lah ada mungkin kalau Rp2 juta kadang masuk tiap bulan Rp2 juta Per bulan gitu iya terjadi dua akun. Dua akun tiga akun. Cuman bulan. Iya, kayaknya cukuplah buat makan.

Pahma: Pas pertama Bapak mulai merektekin konten ya. Iya. Pengalaman awalnya kayak gimana nih, Pak? Ada hambatan apa gitu?

Hendra: Hambatannya enggak bisa ngomong aja. Gitu, jadi ngomong teh gelagapan. Kadang-kadang udah ngomong satu pitu beberapa kali ulang lagi ulang lagi gitu. Heem, karena belum terbiasa di Belum tempat terbiasa, kadang-kadang kita lihat muka sendiri jadi malu sendiri. Iya. Terus penggunaan TikTok-nya kayaknya belum terlalu paham buat edit-edit gitu Iya, kan iya belum paham itu jadi pertamanya begitulah. Edit-editnya belum paham terus lagi banyak lah rintangannya cuman karena kita keinginan lebih besar dari pada rintangan ya alhamdulillah terselesaikan rintangan itu.

Pahma: Pengalaman awalnya berarti nggak Rasa gimana tuh, Pak? Malu atau kayak gimana?

Hendra: Ya malulah. Malu. Saya malah di perang Amang Bini ya sama kawan itu. Saya itu malu. Bikin konten malu. Katanya maluan bikin maluan di depan kamera. Apa malu-an enggak punya duit? Nah, itu lebih semangat lagi. Ya, malu-an enggak punya duit lah, saya bilang.

Pahma: Pasti sih awal-awal mah Pak Haji kan enggak biasa ngonten, kan?

Hendra: Iya, iya begitu. Terus nge-upload video. Nge-upload video gitu.

Pahma: Terus nih, pas Pak Haji setelah mencoba gitu ya, apa Bapak ngerasa bahwa MMC ini memberikan keunggulan yang keunggulan nyata dibandingkan cara lain mendapat penghasilan nih. Bed aapa nih menurut Bapak?

Hendra: Kalau Kalau untuk MMC yang pertama kan saya buta sama sekali ya belum tahu. Yang kedua, yang ketiga kita makin terlihat dengan MMC itu ada seper kalau bikin konten harus begini harus begini seperti umpamanya mau tuh bikin konten jangan sembarangan harus yang di konten kan itu harus produk yang sudah di reset. Nah itu tertarik juga itu. Ya jadi jangan asal-asalan gitu ya. Jadi jangan sampai dibilang konten sampah itu ya. Heeh. Oh ya akhirnya Bang Gien paham jadi kita bikin gimana cara reset produk itu supaya konten itu itu enggak sia-sia. Heeh. Jadi alhamdulillah makin sering ikut MMC, makin terbuka, makin ketemu ilmunya gitu ya sampai sekarang itu alhamdulillah. Pintar mah enggak sampai sekarang cuman bisa sudah paham gitu teknik-tekniknya.

Pahma: Pernah enggak Pak Aji sebelum ke sini ngikutin program pelatihan kayak gini? Belum?

Hendra: Belum, pertama kali. Belum pernah di mana-mana, belum pernah, baru di sini pertama kali. Paling pernah ke tempatnya Om Black itu bukan belajar cuma kita ngeliatin aja. Hmm, lihat Affiliate space Om Black. Heeh. Satu kali juga di sana enggak sebelum sering.

Pahma: Terus kalau misalkan ngonten mah kan Pak Haji mungkin e-ffort-nya enggak terlalu gede kita cuman perlu buat modal sampel doang kan?

Hendra: Iya, kayak itu. Iya, betul. Heeh. Heeh. Membuat modal sampel doang. Jadi, ya kita harus lah. Heeh. Beli beli sampel kita harus bermodal.

Pahma: Terus nih menurut Bapak nya, kan MMC teh ada kegiatan ibadah juga orang Iya katanya salat berjamaah terus teh ada ada kajian. Nah, tanggapan Bapak gimana nih?

Hendra: Pokoknya di sini teh lepas makanya Bapak betah di sini itu bukan apa-apa. Satu tempatnya di masjid. Jadi sesuai dengan keinginan usia tua ini ya. Terus di sini kan anak-anaknya anak-anak muda yang kreatif-kreatif semuanya. Terus di dalam MNC juga ada kajian seperti hari Jumat mulai dari hari Jumat kan, Jumat paginya ada pengajian, terus nanti setelah itu acara MMC, malamnya ada tahajud berjamaah. Jadi itulah tertarik pokoknya jadi enggak sia-sia waktu tuh.

Pahma: Heeh. Jadi bukan ilmu dunia aja kan Pak ya?

Hendra: Iya iya heeh itu jadi akhirat juga. Akhirat juga heeh. Jadi pas di sini teh buat buat Bapak mah itu pas. Nah, jadi dunianya, ada Ada. juga akhiratnya juga ada juga jadi komplit lah.

Pahma: Kan Bapak sudah lama di sininya. Ada yang ngerekomendasikan ke saudara ikut ke sini gitu?

Hendra: Ada. Ya, cuman kadang-kadang jangan orang lain, anak anak juga kalau anak memang punya kegiatan semua jadi enggak ada waktu ya. Ada yang banyak, ada juga yang sudah pada datang kawan-kawan seperti apa dari Sukabumi, Cianjur, dikasih tahu bla bla begini begini. Ayo saya ikut ah Pak Haji ah. Ayo sini banyak yang bilang ini. Yang diajak Pak Haji datang ke sini? Iya, datang. Oh. Datang, banyak yang datang. Heeh. Malah yang yang tua-tua juga ada yang datang. Cuman kebanyakan yang yang datang ya anak muda yang 30-an lah, 30 tahun, 35 gitu yang datang ke sini.

Pahma: Ada beberapa orang yang datang. Pas diajak mereka responnya kayak gimana Pak Haji? Langsung tertarik atau ah ngapain ke sana atau kayak gimana?

Hendra: Tertarik juga sekarang malah ada yang itu Pak itu di Cisatu kamu punya itu. Namanya lupa itu. Dia sekarang udah ngajarin ibu-ibu. Kebetulan dia kan kan ustaz. Heeh. Jadi, kalau di taklim itu ngaji penjelasan sama Ibu-ibu. Akhirnya Ibu-ibu tuh tertarik juga. Ibu-ibu tuh. Oh, di sana juga jadi ngajarin lagi. Eh, ngajarin lagi. Cuman enggak di bukan bukan besar begini ya. Heeh. Pokoknya hari Jumat ada taklim. Jadi, di setelah habis taklim nanti belajar. Ada punya bikin punya akun begini begini cara cara bikin konten begini. Jadi, kasih tahu begitu. Jadi, udah dari sini kita diamalin lagi di sana. Diamalin Heeh. Heeh. lagi di sana Heeh. masyaallah Heeh. Oh. Ya, Kang ya Kang Ipan, namanya Kang Ipan, orang Sukabumi. Itu masih mungkin 35 tahunan lah. Heeh. Masih muda. Jadi alasan Bapak buat ngerekomendasiin ke yang lain teh dijelasin aja, Pak. Misalkan teh bahwa di sini teh memang ada manfaatnya nyata gitu. Iya, begitu. Ada manfaatnya.

Dan juga Bapak juga kan begini. Kalau belum belum pecah telur mah ya masih ngomong teh masih ragu. Heeh. Masih belum punya penghasilan. Pas punya penghasilan jadi semangat ngomong teh. Ngajak Tuh saya juga begini kan bisa ngejoggen gitu. Alhamdulillah. Jadi orang tertarik juga. Kita di samping bisa TikTok saya bilang misalnya mendapatkan duit di sana mah bisa juga sambil belajar agama gitu ya. Heem. Alhamdulillah di situ.

Pahma: Karena udah udah kerasa manfaatnya sama Bapak jadi Bapak berani ngerekomen Iya?

Hendra: ngerekomen orang iya heem gitu. Heem heem heem.

Pahma: Iya. Terus Bapak, Bapak selama ini kan udah lama ikutin MMC ya? Ada saran enggak buat program MMC ke depan?

Hendra: Jadi ya saya sebaiknya MMC aja harus jangan diputusin lah 2 minggu sekali teh cuman kita di sini jadi harus lebih banyak untuk praktek lah. Teori mah kan orang udah gak ada teori kan tiap itu jadi

langsung harus praktek, praktek bikin konten, praktek bagaimana live gitu ya. Itu jadi sekarang mungkin harus itu aja yang ditingkatkan. Jadi terus *continue* kegiatannya. Fasilitas masjid mah alhamdulillah lah di sini cuman ada beberapa yang belum lengkap ya gitu kita berjalan kan. Seperti fasilitas alhamdulillah cukuplah sini kan tempat tempat tidur, ada kasur, ada bantal, cukup juga. Cuman kekurangan udah pasti ada. Kelebihan itu pasti ada juga gitu. Cuman itu mah kan kita berjalan sambil berjalan aja gitu. Heeh. Alhamdulillah. Heeh.

Pahma: Nah, terus bisa diceritakan Pak Haji kan setelah MMC kan ada enggak Pak Haji komunitas atau grup yang menjalankan TikTok update? Masuk grup MMC enggak, Bapak?

Hendra: Enggak. Oh, enggak masuk Enggak, Pak Haji Mas. enggak, belum. Tapi udah tawarin tapi belum belum mau saya. Eee jadi kalau kalau misalkan tahu MMC, enggak yang grup di WA yang pemberitahuan kegiatan. Oh, enggak masuk itu mah? Gagal grup WA mah ada. Oh, ada grup WA. ikut ya beberapa grup ikut Iya. Itu nambah informasi enggak? Nambah, nambah juga.

Pahma: Informasi seperti pemasukan dari teman-teman yang umpamanya alumni MMC berapa. Dia masing-masing punya cerita kan? Heeh. Jadi jadi cerita itu, jadi apa kekurangannya, apa kelebihanannya? Kan Heeh. para yang Bang seperti saya seperti orang-orang masjid kan bisa ngerespon juga. Heeh. Oh, ini berarti keterangannya begini. Gitu. Terus di sini juga kan itu ya, Pak Haji. Tempat kumpul-kumpul orang yang ini ya, sharing-sharing Iya. Iya. para kreator Nah, Iya.

Pahma: coba diceritain di sini gimana lingkungannya Iya.

Hendra: Di sini teh alhamdulillah ya, terutama ini di lingkungan ini nih di warung-warung begini nih. Kadang-kadang dapat ilmu itu kayak begini aja dari teman-teman sharing-sharing. Tongkrongan. Iya, tongkrongan. Jadi seperti sekarang kan musimnya musim BI ya. He'eh. Jadi saya belajar ya dari kawan-kawan gini aja. Dapatnya bukan dari sana. Banyaknya dari sini Banyak ke sini dari sini ke luar. Iya. Seperti ini Mas Bati yang tadi itu kan dia jagoan itu udah udah Iya udah he'eh udah sekelas Kang Adit itu dia nya. Iya. Jadi saya belajar dari dia, dari Mas Pirgon juga. Nah, kadang-kadang dari ya dari semua dia yang udah senior gitu. Udah belajar kita yang kita nggak tahu bisa nanyain atau kita yang tahu orang nanyain bisa kita kasih tahu gitu. Jadi sharing di sini manfaat banyak, manfaatnya. *Sharing-sharing*. Heem. Jadi bagaimana caranya mendapatkan ini begini lah macam-macam sudah pengalaman dia tuh. Jadi kita masing-masing punya pengalaman. Kita menimbah pengalaman kawan gitu gimana? Heem.

Pahma: Nah Bapak gimana nih pandangan Bapak tentang masjid kan biasanya masjid tuh tempat ibadah aja ya kan? Iya. Kebanyakan tuh ya tempat ibadah tapi di sini mah ada masjidnya sebagai pusat pemberdayaan ekonomi. Nah pandangan Bapak kayak gimana?

Hendra: Itu mah bagus menurut saya. Soalnya begini ya Neng. ya. Bapak, pengalaman Bapak. Memang orang itu kadang-kadang salah tafsir dan Bapak terus dulu pernah ngebales WA orang. Komen-komen orang dari di TikTok. Kok masih dibikin tempat bisnis? Padahal salah paham. Bapak pernah debat itu di komen orang menjawab, "Ini saya bilang bukan masjid. Kalau kegiatan MMC mah di luar masjid, di aula." Saya bilang itu kan. Dalam masjid mah enggak ada kegiatan bisnis atau pelajar gitu. kecuali belajar-belajar agama, saya bilang. Karena orang belum ke sini, kalau enggak percaya sih datang aja ke sini dilihat. Di sini kan ada masjid, ada ruangan aula, tempat pembelajaran, dia bilang gitu ya. Terus saya jelaskan juga, memang apa salahnya di masjid kalau ada pemasukan kan buat kepentingan masjid. Enggak ada salahnya kan? Heeh. Heeh. Terus saya kasih tahu lagi, kita bercermin saya bilang, kalau bercermin sama masjid pokoknya di Timur Tengah ya. Saya kasih tahu begini, Timur Tengah pokoknya. Timur Tengah itu enggak ada keropak jalan, dia bilang. Ini kan banyak keropak jalan di Indonesia itu. Di sana itu ada pemberdayaan seperti masjid, desa, di sana itu sistemnya gini kan, Neng? Kalau di Arab Saudi itu. Sekarang bikin masjid di samping kalau swasta yang bikin, kalau pemerintah lain cerita. Sekarang bikin masjid di sini pokoknya swasta. Sebelum bikin masjid harus sebelum bikin masjid harus disertakan tempat usahanya. Pokoknya

mini market, supermarket, di bangunan masjid, di supermarket dua tiga bangunan atau banyak juga. Untuk apa? Itu kalau enggak diberdayakan sama masjid, dikontrakin sama orang, jadi hasilnya buat kepentingan masjid. Gitu. He eh. kebersihan buat bayar listrik. Cara itu begitu. Sini kalau ayat-ayat begini kan berarti pas juga sama cuman caranya yang lain. He eh. Gitu. He eh.

Pahma: Jadi bagus ya Pak Nya?

Hendra: Bagus Sebetulnya masjid itu bukan tempat ibadah doang kan? Iya, dari zaman Rasulullah juga begitu kan? He eh. Jadi kegiatan di masjid itu buat kegiatan politik juga di masjid, buat kegiatan ekonomi juga di masjid. Jadi masjid itu rumah segala rumah. Rumah rumah Allah, rumah kegiatan yang bermanfaat untuk menghadap Allah juga. Enggak ada salahnya. Enggak ada salahnya. Enggak salahnya. Cuman mereka yang kayak gitu teh itu teh yang salah paham. Bukan di dalam masjid salah paham heeh gitu

Pahma: Kalau di Indonesia Pak Haji pernah lihat enggak masjid kayak gini?

Hendra: Ada enggak? Di Indonesia bukan kalau lihat baru di sini tapi kalau masjid untuk kegiatan itu ada seperti di Masjid Sejuta Pemuda Sukabumi ya. Itu kayak begini juga. Jadi jemaah itu. Cuman itu khusus orang-orang itu jadi untuk beribadah iktikaf saja. Kegiatan dunia begini enggak ada. Buat ibadah cuman di sana jadi ada motivasi setiap ya kayak begini. Jadi motivasi dari alumni dari mana tuh ngomong-ngomong itu jadi dapat ilmu dari jemaah gitu. Tapi pelatihan apresiasi itu baru nemu di sini Pak? Baru nemu di sini. Baru nemu di sini. Iya, baru di sini. Kalau lo pernya itu. Iya. Heeh.

Pahma: Terus menurut Pak Haji nih, apakah pengelola masjid atau panitia ini Mereka menguasai, benar-benar menguasai TikTok affiliate enggak? Saat ngajar MMC gitu, kesannya kayak gimana? Yang ngisi itu mereka benar-benar nguasain TikTok affiliate enggak menurut Bapak?

Hendra: Kalau menurut saya memang saya kan belajar di pertama sini. Jadi dilihat Kang Adit kan memang sudah senior banget, sudah suhu banget. Jadi nular sama anak-anak buahnya, yang anak didiknya itu jadi begitu. Jadi sekarang yang anak didiknya itu jadi yang mengisi acara itu ya sama ilmu yang ilmu itu saja. Cuman Sekarang karena perubahan kan ada perubahan. Tinggal kita nge-modifikasi aja. Memperbarui. Heeh. Sama aja.

Pahma: Berarti yang ngisi mereka memang yang pada ahli-ahli di TikTok?

Hendra: Ahli-ahli di TikTok semua iya. Ahli-ahli di sini yang khusus agama masjid, terus karena ada datang didatangkan seperti pernah datang Bang Neo. Heeh, topi Heeh topi kaletor. Om Blek Heeh udah jelas tiap ada acara datang terus ini kan itu heeh. Terus seorang-orang yang alumni di sini yang sudah berhasil juga. Ya gitu samalah, alhamdulillah. Banyaklah manfaatnya. He eh.

Pahma: Terus kan di sini teh Pak, kegiatan itu bukan pelatihan doang. Ya. Ada kegiatan ibadah, Ibadah. terus sharing gitu nya. Nah terus terencana menurut Bapak strategis gak atau masuk gak agama sama si kegiatan ini disatukan?

Pahma: Ya masuk lah. He eh. Pokoknya kegiatan apapun untuk kepentingan agama itu jelas cocok lah. Ini kegiatan dunia seperti TikTok. Atau pokoknya di tempat di tempat lain lain pokoknya di pesantren ada peternakan itu kan itu tujuannya untuk beribadah. Ya pas saja. Apalagi TikTok kan ini buat orang bukan bukan ahli petani ya. Kalau kalau di pesantren kan ada petani. Jadi ini enggak enggak enggak kotor enggak berat. Ini lebih enak lagi malah menurut saya..

Pahma: Kalau dalam kegiatan ini Pak MMC menurut Bapak yang paling berkesan pas apa gitu?

Hendra: MMC itu pas berkesan kita gini aja, Neng, ya. Jadi, kita titik-titik bahagianya kita banyak bisa banyak teman. Dari mana? Dari Jawa, dari luar Jawa. Kita banyak banyak kawan, lah. Itu jadi banyak silaturahmi. Iya, heeh. Itu jadi titik-titik puncak titik namanya. Heeh.

Pahma: Yang Pak Bapak paling semangat ketika apa? Memang kalau MMC apakah ngedengerin motivasi atau praktek konten atau ibadahnya?

Hendra: Sama, seimbang. semuanya. Semua iya.

Pahma: Terus nih menurut Bapak, ada ee kalau misalkan pelatihan lain mah belum pernah ngikutin, ya?

Hendra: Belum. Heeh. Tapi Pak Haji tahu enggak program pelatihan yang hampir sama kayak gini? Belum, belum tahu. Belum pernah sih soalnya. Belum pernah. Kalau di Omplek itu? Ya Omplek kan ee Affiliate Space, kan ee ya kayak begini juga. Cuman kan belum pernah ikut, Bapak, sana. Cuman Cuman lihat lihat lihat aja konten ikut konten di sana itu. Belum jadi, belum, belum tahu.

Pahma: Berarti program pelatihan mah Bapak mah baru tahu di sini Baru ya di sini aja,

Hendra: heeh. Sini aja. Oke.

Pahma: Selain tadi, Pak, saran masukan ada lagi enggak buat masjid? Buat masjid?

Hendra: eeh. Buat masjid mah sebenarnya ya kira kekurangan udah jelas ada ya. Jadi kita pelan-pelan diperbaiki aja seperti ya pokoknya. Sebenarnya saya tuh mau ya. Mau gitu ngebantu cuman belum ada dana lah ya. Mau ngebantu umpamanya buat nambah apa yang kekurangannya gitu. Tapi ini alhamdulillah udah gini udah alhamdulillah menurut saya.

Pahma: Udah bagus ya, Pak ya?

Hendra: Bagus ya, alhamdulillah udah bagus. Apalagi kan Masjid Affiliate di tengah eh bukan di tengah di daerah perkampungan bagus bukan di daerah kayak perkotaan yang teknologinya sudah maju Iya sudah maju Iya sekarang kan kalau kita lihat ya ini di perkampungan sudah ramai begini apalagi kalau di kota berarti apa berarti masjid sudah punya nama kan Heeh Iya sekarang alumninya sudah hampir berapa 30.000 mungkin katanya Kak saya dengar-dengar itu dari pertama itu Berarti kan banyak penggemarnya Sekarang yang datang pokoknya datang dari Jawa dari mana dari jauh ke sana sini yang studi banding. Berarti ini masjid bukan kaleng-kaleng ini. Benar, jadi sampai dari luar pulau Iya, ada kaleng-kaleng ini banding ke sini. Sama kan orang-orang tuh rata-rata terbalik tuh karena gratis Iya. Itu heeh. Karena gratis. Heeh. Sekarang ini bayangkan ya. Ini ini ada ada sedikit masukan ya buat masjid. Dulu lagi di sini ya, bisa tidur di sini para kaum hawa kan tidur sini dulu mah Heeh. bebas Heeh. Jadi membludak terus si perempuan datang sini. Sekarang Bos berapa kali MMC kan, enggak bisa tidur di sini kaum Hawa harus kontrak di luar. Nah, itu kurang sekarang perempuan itu. Jadi saran saya mah lebih baik untuk ke depan tetap dibuka untuk kaum Hawa tidur di sana. Gimana pun caranya, pokoknya dicari cara yang terbaik lah supaya pendatang itu makin enggak berkurang. Heeh. Soalnya dilihat-lihat juga sih peserta kebanyakan laki-laki, banyak laki-laki. Kadang-kadang yang udah datang pokoknya datang hari Jumat ya. Pas enggak boleh nginep, balik langsung sorenya. Besoknya enggak datang lagi. Karena jaraknya jauh. Jaraknya, iya. Berarti kayaknya fasilitas juga ya mungkin fasilitas Nah itu ya, fasilitas heeh. Kayak gitu. Alhamdulillah lah sini udah udah sini mah alhamdulillah udah maju cuman tidak ada yang menambah yang kurang kekurangan ditambah gitu.

Pahma: Tapi Pak Haji dengan kata gratis itu dulu Pak Haji tertarik juga karena itu? Iya. Ya tertarik lah. Soalnya gini kan Neng ya. Kalau mau kalau mau belajar ini ya seperti di yang online aja. Saya pernah dulu mau belajar di mobil kelas itu. Itu ini juga update juga mobil kelas itu. Aku lihat belajar itu bayarnya berapa Rp700.000 sudah hampir dibayar Bapak itu. Per pertemuan atau berapa kali? Per seumur hidupnya. Oh. Per hidup tapi dia online belajarnya. Tapi kan saya enggak bisa belajar online harusnya saya kirim To face kan? Iya. Alhamdulillah dengan adanya ini langsung ke sini aja. Nyerobot datang aja. Udah mah gratis, udah stay offline. Iya gitu, heeh. Sebaraha Mang ini? 500. 500.

Pahma: Kalau menurut Bapak yang membedakan itu sama yang ini apa tuh? Yang mana? Pelatihan yang itu. Enggak bisa sih bisa itu. misalnya main. Soalnya begini, kalau yang di kalau yang di kalau yang di online itu khusus buat anak-anak yang muda yang cerdas, kalau buat saya mah enggak masuk buat orang tua.

Pahma: Oh, jadi mungkin dari penyampaiannya juga ya?

Hendra: Penyampaiannya juga. Kita kan enggak bisa tanya langsung, paling tanya lewat WhatsApp. Kadang-kadang kapan dijawab, hari ini nanya mungkin besok baru dijawab. Gitu kan?

Pahma: Kalau di sini menurut Bapak penyampaian pesannya masuk ke Bapak?

Hendra: Masuk sini mah, cuman kadang-kadang kita daya tangkapnya kita yang kurang. Heeh. Kalau penyawian ya masuk, cuma yang anaknya kalau enggak masuk kita bisa tanya terus yang dikejar. Apa yang dia bilang? Seperti dulu lagi-lagi kesulitan resep produk kan dulu paling-paling sulit Bapak itu resep produk. Heeh. Tapi karena di sini terus jadi tiap pada ketemu anak-anak yang kira-kira bisa pegang tangannya ditanya ngomong-ngomong di situ itu. Itu kelebihanannya di sini itu.

Pahma: Respon mentornya pada baik-baik juga?

Hendra: Baik-baik alhamdulillah anak-anak sini. Baik-baik semua. Ketika ada yang nanya mereka pada welcome ya Pak sini? Welcome, ada welcome. Kebanyakan begitu, welcome. Paling kalau 1 2 3 itu kalau lagi lihat lagi ada kesibukan, paling jawabnya nantilah Pak Aji nanti kadang malam kata atau gimana. Ya siap, dia bilang gitu. Coba dia begitu kita bertanya, dia enggak respon. Paling dia jawabannya saya kurang ada mau ada nih nih nih. Nanti aja atau besok atau gimana. Itu alhamdulillah. Tapi kan bukan dia aja, masih banyak yang lain. Nanya yang lain lagi.



Transkrip Wawancara Informan Pendukung (Agung)

Hari/ Tanggal : Senin, 15 Juni 2026
 Tempat : Via WhatasApp
 Waktu : 19.38 s.d selesai
 Durasi : 14 menit
 Dokumentasi :



1. Bisa diceritakan Riwayat hidupnya (nama lengkap, domisili, umur, Riwayat pendidikan, karir hingga kesibukan saat ini)?

Untuk nama lengkap saya Wahyu Agung domisilinya itu Bunut Banjaran Bandung umurnya 25 terus riwayat pendidikan terakhir D1 di kampus bisnis Umar Utsman dan karir sekarang lagi kesibukan yaitu menjalani affiliate full affiliate belum ada kerjaan lain selain affiliate lagi fokus affiliate aja.

2. Bagaimana akang pertama kali mengetahui program Malam Mabit Cuan (MMC)? Dari siapa atau melalui media apa?

Pertanyaan kedua, tahu MMC dari story WhatsApp-nya Kang Aditya Pratama Al Ghifari karena sempat sef-sef-an itu dia ketemu di acara Kopdarnya Om Black gitu. Terus melalui medianya WhatsApp kayak gitu.

3. Apa yang menjadi motivasi utama untuk mendaftar dan mengikuti program MMC? Sudah berapa kali mengikuti kegiatan MMC, yang seberapa? Bagaimana pengalamannya?

Pertanyaan ketiga, motivasi mendaftar dan mengikuti program MMC karena ya penasaran aja walau walau nya itu kayak affiliate kok bisa orang-orang teh sebulannya bisa menghasilkan miliaran gitu dengan komisi ratusan juta karena kan kalau kerja itu sebulan gajinya paling 3 sampai 5 juta itu besar-besarnya gitu. Sedangkan affiliate itu bisa miliaran gitu bahkan bisa ratusan juta untuk komisi bersihnya akhirnya ikut malam abicuan itu yang pertama kalau enggak salah tahun 2025 kayak gitu. Sudah berapa kali mengikuti kegiatan MMCT? Sudah 3 sampai 5 kali. Eee terus yang ke berapa? Lupa ya karena udah lumayan banyak juga mengikuti MMCT. Terus bagaimana pengalaman awalnya? Pengalaman awalnya kayak ya udah cuma tahu ilmunya gitu, cuma tahu orang-orang tuh yang mendapatkan uang dari TikTok dengan konten dan yang lain belum praktek gitu. Nah, mulai-mulai praktek ketika udah MMCT ke-25 kayak gitu, Teh.

4. Sebelum mengikuti MMC, bagaimana pandangan awal akang tentang TikTok Affiliate? Apakah tertarik, ragu, atau bahkan menolak?

Sebelum MMC mah pandangnya ya kayak percaya enggak percaya sih kok bisa orang mendapatkan banyak uang dari TikTok sedangkan image-nya TikTok tuh ya kayak joget-joget dan yang lain-lain gitu. Dan ternyata memang ada gitu orang bisa mendapatkan uang dari konten jualan produk gitu. Terus apakah tertarik, ragu atau bahkan menolak? Nah, awal-mulanya ya ragu sih kayak percaya enggak percaya gitu.

Tapi setelah dijalani ketika sudah ada komisi sudah ada apa ya ada setelah ngonten ada komisi, ya akhirnya penasaran dan sampai mengulik dalam dan memang bisa menghasilkan juga uang dari TikTok affiliate bahkan lebih besar daripada ya gaji UMR kayak gitu.

5. Momen atau informasi apa selama MMC yang paling meyakinkan akang bahwa TikTok Affiliate adalah peluang nyata?

Terus pertanyaan nomor 5, momen atau informasi apa yang MMC paling meyakinkan Akang bahwa TikTok Affiliate adalah peluang nyata? Ya meyakinkan ketika udah tahu gitu kayak dilihatkan GMV real setiap harinya dapat berapa, terus kayak ngonten berapa. Ya itu tuh mulai baru percaya gitu dan ketika praktek dan ketika ada penjualan ya baru merasakan itu tuh nyata dan memang lumayan juga gitu. Disambi tapi ya hasilnya lumayan besar gitu.

6. Bagaimana akang akhirnya memutuskan untuk mencoba (atau tidak mencoba) TikTok Affiliate setelah mengikuti MMC?

Nomor 6, bagaimana akhirnya memutuskan untuk mencoba TikTok setelah mengikuti MMC? Ya, setelah mengikuti MMC ya nyoba-nyoba ngonten gitu pakai produk yang ada di rumah. Kan di MMC juga diajarkan riset produk. Akhirnya beli beberapa produk kalau enggak salah dua atau tiga gitu. Setelah itu teh ya alhamdulillah bisa menghasilkan gitu. Memang ilmunya itu teruji gitu loh. Teruji ya apa ya? Worth gitu untuk dijalankan. Akhirnya ada penjualan, penasaran-penasaran. Mungkin ikut lagi yang masih berikutnya dan alhamdulillah bisa dilanjutkan sampai sekarang kayak gitu.

7. Setelah MMC, apakah akang sudah mulai menjalankan TikTok Affiliate? Seperti apa pengalaman awalnya?

Setelah MMC apakah Akang sudah mulai menjalankan TikTok affiliate? Iya, betul. Setelah MMC baru mulai nyoba-nyoba ngonten, nyoba beli produk dan akhirnya ya itu bisa ada penjualan. Seperti apa pengalaman awalnya? Pengalaman awalnya ya kayak lumayan struggle juga ya bikin konten depan kamera ya kayak enggak biasa aja.

Bahkan awal-awal teh menghasilkan 30 30 video 30 detik satu video dengan durasi 30 detik itu memakan waktu 3 sampai 4 jam kayak gitu.

8. Apa hambatan teknis atau non-teknis yang ditemui saat mencoba mempraktikkan TikTok Affiliate secara mandiri?

Nomor 8, apa hambatan teknis dan non teknis yang ditemui setelah mencoba mempraktikkan TikTok affiliate secara mandiri? Ya, secara teknisnya ya ketika udah upload deh kayak jaringan, terus kayak apa ya? View-nya kecil dan yang lain-lain. Terus kayak non teknisnya mah ya kayak ketika enggak mood, terus kayak lagi malas, ngelihat view-nya kecil, kadang teh malas konten. Padahal kan yang apa ya? Pondasi awal dari *affiliate product* dan juga konsistennya itu loh. yang paling penting. Nah, yang itu sih mungkin kendala yang dijalankan sistem menjalin *affiliate*.

9. Apakah setelah mencoba, akang merasa program MMC memberikan keunggulan nyata dibanding cara lain dalam mencari penghasilan?

Nomor 9, apakah setelah mencoba akan menghasilkan program MMC memberikan keunggulan nyata dibandingkan cara lain dalam mencari penghasilan? Betul betul memang MMS itu programnya gratis gitu tapi memang ilmunya itu daging kenapa ya? Karena langsung apa ya apa ya ilmu-ilmunya itu dari TikTok-nya langsung gitu algoritma live algoritma video dan yang lain-lain itu di-*share* secara *free* gitu. Ya bisa dipraktikkan juga dari riset produk dan itu itu memang works gitu untuk di akun kita dijalankan ya Alhamdulillah bisa menghasilkan juga gitu.

10. Bagaimana perasaan akang terhadap integrasi antara kegiatan ibadah (shalat berjamaah, kultum) dan pelatihan ekonomi digital dalam MMC?

Terus yang ke-10, pelaksanaan terhadap integrasi antara kegiatan ibadah dan pelatihan ekonomi. Ya, menurut aku mah ya sangat bagus gitu. Di samping kita belajar apa ya? Belajar affiliate tapi kita juga diajarkan cara jualan yang Islami, tetap apa ya? Mendekatkan diri pada Tuhan, dibarengi tahajud, jemaah, berdoa, tilawah, dan yang lain-lain. Supaya apa ya? Supaya lebih apa ya? Lebih mudah juga gitu untuk menjalankan teknis TikTok affiliate nya gitu. Jadi ya sangat bagus, ilmu yang didapatkan gratis dan juga dibarengi ilmu-ilmunya juga kayak gitu.

11. Apakah akang merekomendasikan program MMC kepada orang lain? Apa alasannya?

Terus nomor 11 merekomendasikan program MSIC pada orang lain apa alasannya? Kalau menurut aku yang sangat merekomendasikan gitu karena apa ya? Karena acaranya gratis tanpa dipungut biaya spesier pun disediakan tempat tidur juga terus apa ya disediakan minum terus disediakan semuanya sampel gratis juga kayak gitu dan ya memang ilmunya itu bukan kaleng-kaleng meskipun gratis ya langsung dari TikTok-nya dibahas pengalaman set produk dan yang lain-lain jadi ya sangat *worth it* gitu.

12. Apa saran akang untuk perbaikan program MMC ke depannya?

Nomor 12, apa saran Akang untuk perbaikan program MMC ke depannya? Mungkin perbaikannya ya, jadi kayak lebih lebih terstruktur aja sih kayak untuk kurikulumnya gitu biar tertata dari awal cara mencari followers, terus saya cara meng-upload video keranjang kuning, daftar keranjang kuning, terus kayak ngontennya lebih nanti baru reset produk dan yang lain-lain kayak lebih terurut aja sih lebih karena biar apa ya biar enggak bingung kadang Kan masih ketika masih teh lompat-lompat gitu ada motivasi terus kadang cara nge-*upload* ada riset produk dan yang lain-lain gitu baiknya ya lebih diurutkan gitu supaya pelatihannya nggak bingung audiensnya nggak bingung maksudnya kayak gitu.

13. Apakah ada anggota keluarga, teman, atau tokoh masjid yang turut mempengaruhi keputusan akang untuk mengikuti MMC?

Nomor 13, apakah anggota keluarga, teman atau tokoh masjid yang turut mempengaruhi keputusan Akang untuk mengikuti MMC? Enggak sih, kalau untuk ikut MFC ya keputusan pribadi aja tidak ada yang lain kayak gitu karena ya memang basic-nya saya suka usaha dan suka mencoba hal baru sih kayak gitu.

14. Setelah MMC, apakah ada komunitas atau grup yang membantu akang dalam menjalankan TikTok Affiliate?

Nomor 14, setelah MMC apakah ada komunitas? Ada ada grupnya juga kurang lebih ya bisa 1000 orang gitu satu grup kalau enggak salah ya. Dan aku juga gabung beberapa grup di Malaba Bician teh dan bantu kebantu sih apa ya lebih banyak dibantu ketika programnya gitu ketika di tempatnya tapi kalau untuk dari grup dan yang lain-lain mah cuman untuk info apa ya info kecil aja gitu info sebentar kayak gitu enggak terlalu banyak juga kalau di grup mah.

15. Bagaimana pandangan akang tentang masjid yang tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga pusat pemberdayaan ekonomi digital?

Terus nomor 15, pandangan tentang masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah tapi juga pusat peradaban ekonomi digital. Ya maksud aku mah sangat bagus gitu, harus diduplikasikan ke masjid-masjid yang lain. Jadi masjidnya bukan untuk apa ya, bukan untuk menerima sedekah aja gitu. Masjidnya bisa membantu apa ya, membantu masyarakat, bisa apa ya, punya badan usaha milik sendiri, terus kayak lebih ya lebih bermanfaat aja untuk lingkungan sekitar. Tar gitu jadi masjid nya bukan untuk tempat ibadah doang tapi bisa untuk pemberdayaan masyarakat juga kayak gitu sih.

16. Menurut akang, apakah pengelola masjid tampak benar-benar menguasai teknologi TikTok Affiliate saat mengajar di MMC? Apa yang memberi kesan tersebut?

Nomor 16, apakah pengelola masjid tampak benar-benar menguasai teknologi teknologi saat mengajar MMC dan apa yang memberi kesan tersebut? E, pasti ya, jadi mentor-mentornya tuh ya memang praktisi gitu, bukan pembicara doang gitu. Karena kan banyak tuh pembicara tapi bukan praktisi tahu teorinya doang tapi enggak tahu lapangannya. Nah, rata-rata kalau orang di masjid affiliate, mentornya itu memang banyaknya ya praktisi. Jadi memang buy data mereka, pengalaman mereka, jam terbang mereka ya di untuk kita gitu. Jadi bukan omongan semata, tapi mereka-mereka juga udah melakukan praktiknya gitu, udah melalui jam terbang yang sangat banyak dan menceritakan kegagalan dan keberhasilannya di peserta MMC kayak gitu sih.

17. Apakah desain dan alur program MMC (materi, praktik, ibadah, sharing) terasa terencana dan strategis? Bagian mana yang menurut akang paling efektif?

Nomor 17, desain dan alur program MMC memberikan praktik ibadah dan sharing terasa terencana dan strategis. Bagaimana yang menurut kamu paling efektif? Eee sebenarnya kalau untuk perencanaan eee masih belum sempurna sempurna banget ya karena ya dari segi kepanitiaan dan yang lainnya juga kadang teh terlihat eee banyak di hari pertama, di hari kedua kadang sedikit, di hari terakhir kadang banyak kayak gitu sih. Jadi kayak lebih eee apa ya?

Lebih masih belum perfect banget tapi so far sih udah oke banget karena kan yang mau lihat anak-anak muda jadi kayak punya terobosan-terobosan baru, punya ide-ide baru kayak gitu. Jadi ya lebih apa ya? Lebih terbaru aja gitu karena ya rata-rata panitianya anak muda gitu sih. Eh, terus apa tadi ya? Eh, yang paling efektifnya ya lebih matang lagi aja sih dari panitianya, terus kayak alur materinya, kurikulumnya, kayak gitu sih lebih di tertata aja biar enggak bingung audiensnya.

18. Jika dibandingkan dengan program pelatihan lain yang pernah diikuti, apa yang membuat MMC terasa berbeda dan layak untuk diikuti kembali atau direkomendasikan?

Nomor 18, dibandingkan dengan program lain kenapa berbeda? Ya, bedanya mungkin gratis ya karena di MMC teh gratis, full gratis, disediakan tempat tinggal selama 3 hari dan ilmunya itu benar-benar daging gitu. Sedangkan di tempat lain mah belum tentu juga yang membayar ilmunya teh sedalam di MMC gitu. Karena ya rata-rata balik lagi itu mentor-mentor di MMC teh orang-orang praktisi gitu yang udah menghasilkan ratusan ratusan juta bahkan miliaran. Jadi ya bukan sekedar omon-omon belaka. gitu yang teori-teorinya doang. Mereka mah tahu praktek dan juga tahu apa ya? Tahu jam terbangnya gimana kayak gitu. Jadi ya alah ya hilang nutris.

Melanjutan pertanyaan nomor 18 terus layak diikuti kembali atau direkomendasikan? Sangat layak sih karena ya ketika ikut kedua ketiga kalinya biar lebih update aja kan TikTok Affiliate bukan apa ya ilmu pasti gitu. Jadi kayak ketika ada update update baru, jam terbang baru, pengalaman baru dari mentor-mentor kita tuh bisa tahu juga mana yang harus dilakukan, mana yang harus dihindari kayak gitu sih. Jadi ya menurut aku mah sangat direkomendasikan untuk ikut dua tiga kali sampai kalau bisa berkat Kali-kali supaya lebih update aja untuk ilmu affiliate-nya kayak gitu. Ya, sangat direkomendasikan juga untuk teman-teman apalagi anak muda supaya apa ya? Mungkin kuliah sambil

ngafiliate ataupun di rumah kerja sambil ngafiliate itu itu lebih worth it sih. Jadi kayak lebih dobel-dobel untuk penghasilannya.

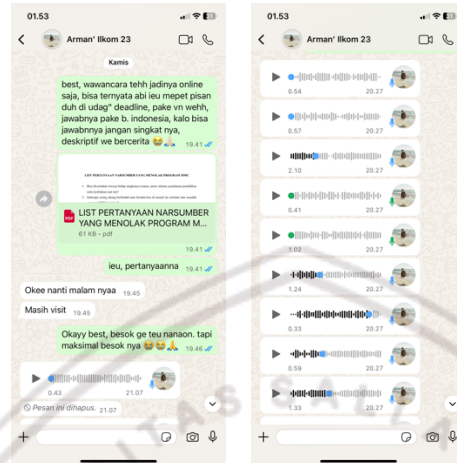
19. Apa saran akang untuk perbaikan dan pengembangan program MMC agar semakin baik ke depannya?

Nomor 19, apa saran aku perbaikan pengembangan program MMC? Perbaikannya apa ya? Ya paling itu aja sih kayak dari panitianya lebih terstruktur, terus dari materinya juga lebih terstruktur, lebih apa ya? Lebih menyesuaikan audiens karena banyaknya tuh kayak Bapak-bapak, Ibu-ibu yang udah sepuh. Jadi kayak kurang-kurangnya kayak ice breaking ice breaking mungkin itu teh bagus. Cuman itu teh biasanya untuk anak-anak muda. Kalau orang tua mau mau ke intinya, mau ke teknisnya biasanya teh langsung diajarin sama one by one dan yang lain-lainnya sih kayak gitu. Mungkin ya gitu teh, nuhun pisannya.



Transkrip Wawancara Informan Pendukung (Armansyah)

Hari/ Tanggal : Minggu, 14 Juni 2026
 Tempat : Via WhatasApp
 Waktu : 20.27 s.d selesai
 Durasi : 15 menit
 Dokumentasi :



1. Bisa diceritakan riwayat hidup singkatnya (nama, umur, alamat, perjalanan pendidikan serta kesibukan saat ini)?

Kenalin nama saya Arman Syah. Saya merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Ali Al-Itan semester 6. Alamat saya di Kampung Kaca Kaca 2, RT 3, RW 11, Desa Pasir Mulia, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Umur saya di 20 tahun. Untuk untuk untuk perjalanan pendidikan saya MA di SMA Pemuda Banjaran dan langsung melanjutkan kuliah di Universitas Sali Al-Aitaam sampai sekarang. Untuk kesibukannya setiap hari saya sebagai konten kreator untuk akun sendiri dan juga saya bekerja di sebuah perusahaan digital namanya itu PT. Ceribrum Edukasi Nusantara.

2. Seberapa sering akang beribadah atau beraktivitas di masjid ini sebelum dan sesudah program MMC berjalan?

Seberapa sering sih saya beribadah atau beraktivitas di masjid? Nah, mungkin bisa dibilang sering banget karena memang ee saya kan bekerja di sana jadi kayak kalau misalkan salat atau melakukan kegiatan rutin di perusahaan pasti di masjid kayak kajian di hari Jumat atau salat-salat lainnya gitu. tuh. Untuk sebelum dan sesudah ada program MMC berjalan kayaknya sama aja sih sering soalnya kan salat suatu kewajiban jadi kayak pasti ke sana terus gitu kalau pas masih bekerja di sana sebelum beralih ke WFH dan itu hampir setiap hari kecuali hari *weekend*.

3. Dari mana akang pertama kali mendengar tentang program Malam Mabit Cuan (MMC)? Apa kesan pertama yang muncul saat mendengarnya? Apakah langsung tertarik untuk ikut atau ragu-ragu, apa tujuan akang mengikuti program ini? Bagaimana pengalaman awal saat mengikuti kegiatan MMC, dan sudah berapa kali mengikuti kegiatan ini?

Pertama kali mendengar MMC dulu itu waktu bukan MMC namanya kalau enggak salah sebelumnya itu bukan MMC aku lupa namanya apa yang pasti ee dulu sempat mendengar dari atasan-atasan yang membahas mengenai program yang ada di Masjid Al-Kahfi itu ternyata ee awalnya memang langsung tertarik ya karena karena pertama saya suka banget di dunia kreatif terutama di bidang konten terus itu juga bisa menjadi bekal buat saya untuk ke depannya dalam memanfaatkan

media sosial terutama di TikTok mungkin karena itu kan berhubungan dengan affiliate dan itu juga sangat menghasilkan.

Untuk pengalaman pertama jujur seru karena pematernya pemateri yang luar biasa gitu ya. Dengan pengalaman-pengalaman yang tentu tidak sedikit gitu ya, panjang pasti dan itu sangat berharga bagi saya. Namun di sisi lain karena kebanyakan yang ikut MMC ini generasi milenial atau di di bawah Genzi ya gitu. Jadi saya merasa bosan gitu. Merasa bosan dan tidak ada teman buat ikut lagi MMC itu dan kalau menurut saya itu terlalu banyak ngomongnya gitu. Jadi kayak kebanyakan teori, teori dan teori gitu.

Jadi kayak prakteknya kurang kalau menurut saya. Makanya saya berhenti cuman sekali aja gitu waktu itu. Karena juga karena saya juga punya kesibukan lain dan Enggak mungkin juga kalau misalkan harus setiap minggu ke sana buat ikutan program tersebut. Dan emang dari dulu sampai sekarang baru sekali ke sana gitu.

4. Apakah akang pernah diajak atau mendapat informasi langsung dari pengelola masjid untuk mengikuti program MMC?

mungkin bisa dibilang pernah mendapatkan informasi atau ajakan dari pengelola masjid karena pas awal saya ikut saya tuh langsung masuk ke grup WhatsApp-nya. Jadi kayak jadi semua informasi mengenai kegiatan yang ada di masjid affiliate saya tahu. Jadi pihak pengelola masjidnya itu memberikan informasi lewat grup tersebut dan ya saya mengetahuinya. Dan saya merasa mendapat informasi langsung dari pengelola masjid tersebut dalam program-program yang ada di masjid tersebut terutama di program MMC itu.

5. Sebelum ada kegiatan MMC apa yang akang ketahui tentang Tiktok Affiliate? Apakah akang sudah terjun kedalam tiktok *Affiliate* tersebut?

Sebelum ada program MMC, saya memang sudah terjun ke dunia affiliate cuman enggak konsisten gitu. Jadi kayak tahu tapi tidak terlalu mendalami. Jadi pernah ngepost juga, ngeposting video TikTok pakai keranjang kuning dan istilahnya gini, istilahnya saya pernah melakukan hal tersebut lah dalam TikTok affiliate gitu.

Jadi emang sebelum ada MMC itu, saya emang udah tahu. Ee.. kalau di TikTok itu ada TikTok affiliate karena emang dari dulu ee saya kan bergelut di dunia konten kan. Jadi, setiap update yang ada di media sosial ee insyaallah saya tahu. Jadi, menurut saya sebelum mm ah, menurut saya setelah ada MMC ini, ini juga bisa membantu sih buat masyarakat lain yang awam banget mengenai teknologi.

6. Apakah ada kekhawatiran tertentu, baik dari sisi agama, sosial, ekonomi, atau lainnya yang membuat akang ragu atau menolak program ini?

Mungkin untuk kekhawatiran sebetulnya tidak ada ya. Soalnya ini program baik juga sih program yang sangat baik menurut saya cuman enggak tahu kenapa saya tuh kayak kurang suka aja dengan caranya aja dengan cara penyampaian materinya dengan konsep acaranya karena ini apa ya konsepnya itu terlalu menjurus ke orang tua. gitu, ke kebiasaan orang tua gitu. Menyesuakannya. Sedangkan di sana kan ada juga kan generasi Z yang mungkin mereka ee berharap mendapatkan konsep acaranya itu yang sesuai dengan yang diharapkan generasi Z itu yang have fun, yang seru gitu biasanya. Mungkin ada sisi-sisi sosial, ekonomi atau lainnya. Ee enggak ada sih sebenarnya karena ini juga ee apa ya, sesuatu hal yang baik gitu. Tapi mungkin, mungkin bagi sebagian orang, mungkin bagi ee pengelola masjid ini baik karena membuat program yang luar biasa untuk mengajak orang-orang bisa ee datang ke masjid. Tapi kan tujuan orang-orang ke masjid itu bukan buat beribadah melainkan buat ikut acara tersebut.

Jadi kayak gitu sih.

7. Apakah ada orang di sekitar akang (keluarga, tetangga, tokoh masyarakat) yang juga berpandangan sama? Apa yang biasanya mereka sampaikan?

Ada, sebenarnya ada. Teman-teman saya juga pada menolak untuk ikut dalam acara ini karena alasannya sama. Alasannya itu karena acaranya terlalu menjurus kepada orang tua-orang tua gitu dan untuk konsepnya juga gitu. Jadi kayak generasi-generasi seperti saya enggak sesuai, enggak cocok dengan acara-acara kayak gini kecuali kayak pelatihannya yang Sesuai dengan generasinya gitu.

8. Jika ada satu hal yang paling mengganjal dari program MMC ini, apa itu?

Mungkin dari hal yang paling mengganjal dari program MMC ini adalah acaranya itu terlalu apa ya? Terlalu menjurus ke ke generasi-generasi milenial gitu. Jadi kayak sebagai saya sebagai generasi Z enggak merasakan apa ya? Enggak merasakan serunya ikut acara tersebut itu mungkin mungkin bisa diperbaiki dalam konsep dalam segi apapun supaya bisa masuk ke semua generasi itu. Jadi enggak hanya menjurus ke generasi-generasi milenial saja walaupun kebanyakan memang yang ikut MMC itu generasi-generasi itu. Cuma alangkah baiknya kalau misalkan dikelola dengan lebih baik dan mengubah konsep agar bisa menyesuaikan setiap generasi atau bisa masuk ke semua generasinya.

9. Menurut akang, apa fungsi utama sebuah masjid dalam kehidupan masyarakat? Apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan oleh masjid?

Menurut saya fungsi utama sebuah masjid itu adalah untuk beribadah tentunya. Apa sih yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan oleh masjid? Nah, yang harus dilakukan mungkin ee memanfaatkan masjid tersebut sebagai ee untuk hal-hal kebaikan mungkin. Karena menurut saya itu juga acara MMC juga baik karena tidak dipungut biaya apapun kan.

Jadi menurut saya itu hal yang baik gitu. Membagikan ilmu tentang ee ilmu-ilmu modern lah istilahnya sesuai dengan perkembangan zaman. Terus menurut saya yang tidak ee dilakukan, yang tidak semestinya dilakukan di masjid yaitu kayak mmm istilahnya mah jangan inilah meminta meminta-minta gitu di masjid. Ini kayak kebanyakan di masjid juga ada yang memanfaatkan masjid itu sebagai saluran donasi, donasi gitu. Jadi kebanyakan ee masjid meminta donasi kepada masyarakat buat dibagiin apa, dibagiin apa.

Nah, seharusnya masjid itu ee.. dikelola dengan baik itu oleh DKM dengan gimana pun caranya ya seperti ini kayak kemarin tuh di Masjid Al-Kafi itu kan mereka melakukan program affiliate gitu kan. Jadi itu juga menghasilkan Lo.. dan uangnya itu berbisa bermanfaat bagi jemaah sekitar.

10. Bagaimana pandangan akang tentang masjid yang mengadakan pelatihan bisnis digital (TikTok Affiliate) mengingat biasanya masjid pada umumnya hanya menyelenggarakan kegiatan keagamaan saja?

Kalau menurut saya pandangan saya tentang masjid yang mengadakan pelatihan bisnis digital itu bagus, bagus banget malahan. Karena sekarang kan masyarakat harus tahu banget gitu mengenai teknologi digital gitu. Karena sesuai dengan perkembangan zaman kita juga jangan sampai tertinggal gitu. Jadi kita harus bisa memanfaatkan teknologi dengan baik dan bisa menghasilkan. tentunya. Kalau menurut saya, pandangan saya itu bagus sih, bagus banget malahan karena itu juga tidak mengganggu e.e mengganggu kepada beribadah gitu ya. Di sana juga kan pas pelatihan juga fokus utamanya itu beribadah kan. Pasti ke sana itu bakal beribadah gitu. Jadi menurut saya itu bagus sih. Enggak ada salahnya, soalnya itu juga ada kaitannya dengan agama yaitu kita harus bekerja ya dengan semestinya.

11. Apakah menurut akang kegiatan seperti MMC yang menggabungkan ibadah dan pelatihan menghasilkan uang sesuai dengan nilai dan kesucian masjid?

Kalau menurut saya untuk mmm kegiatan seperti MMC yang menggabungkan ibadah dan pelatihan menghasilkan uang sesuai dengan nilai kesucian masjid. Menurut saya agak kurang ya karena gimana ya?

Gimana gitu ya ya saya enggak bisa dideskripsikan ini tuh kayak harusnya kan masjid itu tempat ibadah tapi ini malah dijadiin tempat orang-orang buat datang itu buat mencari ee.. ilmu tapi itu juga bagus. Itu juga bagus enggak ada salahnya karena kan ilmu mencari ilmu juga salah satu hal yang diharuskan dalam agama Islam gitu. Jadi kalau menurut saya itu enggak ada salahnya sebenarnya. Cuma ee enggak ada salahnya asal kita itu tahu mana waktunya ibadah, mana waktunya mencari ilmu, mana waktunya bekerja itu. Apalagi kalau apalagi jangan sampai ya Kalau kita lagi salat berjamaah tiba-tiba ada nih salah satu bapak-bapak yang bikin konten di TikTok lihat itu sangat di luar nalar sih kalau menurut saya.

12. Apakah ada pandangan dari tokoh agama, ulama, atau figur yang akang hormati terkait hal ini? Bagaimana pandangan mereka?

Sejauh ini saya belum pernah mendengar pandangan dari *public figure* atau ulama-ulama mengenai penggabungan antara mencari ilmu di masjid dan ibadah gitu. Karena kalau menurut saya ini enggak ada salahnya sih. Asal kita asal pihak pengelola masjid juga mengerti apa yang harus mereka lakukan, bisa mengatur waktunya dengan baik dari mulai pembagian eh dari mulai waktunya ibadah, waktunya pemateri atau berbagi ilmu, waktunya bekerja atau waktunya belajar itu harus disesuaikan dengan waktunya masing-masing. Jangan sampai mm.. jangan sampai salah gitu waktunya ibadah malah dipakai buat ngonten atau buat apa gitu asal bisa memanfaatkan waktunya dengan baik gitu aja. Itu udah bagus banget sih.

13. Menurut akang, apakah TikTok *Affiliate* benar-benar memberikan penghasilan nyata bagi masyarakat biasa, atau hanya menguntungkan segelintir orang saja? Apa alasannya?

Menurut saya TikTok *affiliate* itu benar-benar menghasilkan loh karena ya Pak karena saya sendiri sudah merasakan sudah merasakan hasil dari TikTok affiliate. Kenapa saya bisa ngomong gitu karena memang ya sudah merasakan mungkin orang-orang juga tergiur ya pengen dapat uang dengan cara ngonten uang yang banyak karena menurut saya konten itu suatu hal investasi yang menjanjikan lah buat ke depannya bisa jadi personal branding atau kalau misalkan kita nambahin TikTok affiliate, siapa tahu nanti ke depannya videonya viral atau dan bisa menghasilkan uang itu sangat menguntungkan banget. Jadi bukan hanya buat segelintir orang, tapi TikTok affiliate itu menguntungkan bagi siapapun yang berusaha gitu.

14. Dibandingkan dengan pekerjaan atau usaha yang sudah ada, apakah akang melihat TikTok *Affiliate* sebagai sesuatu yang lebih baik? Mengapa?

Kalau menurut saya, TikTok affiliate itu jangan dijadikan, jangan dijadikan hal utama dalam mencari uang. Jadikanlah itu sebagai pekerjaan sampingan lah istilahnya. Kenapa itu bisa, kenapa saya bisa ngomong kayak gitu? Karena ee dari TikTok itu kita tidak bakal menjamin kita bakal dapat uang berapa di bulan ini. Kita bakal dapat uang berapa di minggu ini gitu. Siapa tahu kita enggak dapat, bisa jadi itu juga. Bisa jadi enggak dapat. bisa jadi dapat. Makanya ngonten itu kalau menurut saya jadiin ee apa ya? Pekerjaan sampingan aja. Misal pulang kerja atau lagi kerja, lagi istirahat, sambil ngonten dulu satu atau dua video. Itu bagus sih manajemen waktunya biar bisa memanfaatkan waktu. Kalau kita fokus terus ngonten gitu kayak sehari bikin konten dari pagi sampai sore, enggak enggak pernah berhenti. Tapi hasilnya jong, kita juga akan menyesal. Kita ya kan, kayak apa sih sia-sia banget gitu kan, mungkin cuma ngonten kayak gitu. Mending konten TikTok viral itu dijadiin sampingan aja

kalau menurut saya, biar kita juga tetap punya gaji dari pekerjaan utama kita kalau misalkan TikTok itu enggak enggak viral atau enggak menguntungkan gitu.

15. Apakah menurut akang TikTok *Affiliate* sesuai dengan nilai-nilai Islam dan gaya hidup masyarakat sekitar sini? Ada kekhawatiran apa?

Mungkin kalau ditanya berhubungan dengan nilai-nilai Islam atau sesuai dengan nilai-nilai Islam, ee saya belum bisa berani menjawab iya atau tidak karena di sisi lain itu juga salah satu cara kita buat menghasilkan uang atau pekerjaan lah istilahnya itu juga kan ada di Islam itu kita juga harus bekerja, kita juga harus berusaha buat menggapai sesuatu yang kita inginkan ya. I mean itu uang gitu. Kalau misalkan gaya hidup masyarakat sekitar sini kayaknya iya deh, soalnya di sana juga kan udah orang-orang itu udah pakai TikTok lah istilahnya, semua orang pasti pada punya TikTok gitu. Terus untuk kekhawatiran mungkin aku khawatir jika semua orang jadi konten affiliate, terus siapa nanti yang bakalan belinya gitu aja sih.

16. Apakah ada kesan bahwa program MMC terlalu memaksakan cara hidup atau pola pikir yang tidak cocok dengan budaya masyarakat di sini?

Menurut saya iya, ada program MMC itu terlalu memaksakan cara hidup atau pola pikir masyarakat sekitar karena itu tuh memaksa masyarakat sekitar buat ikut apa ya buat menyesuaikan budayanya atau cara hidupnya dengan cara hidup zaman sekarang lah istilahnya. Soalnya kan itu kayak kebanyakan generasi-generasi milenial kan dan kebanyakan mereka itu memaksakan diri. Jadi kayak memaksakan beli HP, memaksakan belajar TikTok kayak gimana, memaksakan nge-take video kayak gimana, ngeditnya kayak gimana, tapi di sisi lain itu juga bagus. Para orang tua atau para generasi milenial juga berhak berhak untuk mendapatkan semua itu berhak untuk mendapatkan pelajaran-pelajaran berharga buat bekal di zaman sekarang gitu. Apalagi zaman sekarang mencari pekerjaan itu agak susah mungkin ya. Apalagi untuk batas ada batasan usialah, ada batasan lain kan kalau ngonten itu enggak ada tapi ya menurut saya itu bisa ada baiknya juga gitu.

17. Seberapa sulit menurut akang bagi warga sekitar yang rata-rata kurang familiar dengan teknologi untuk mengikuti dan menjalankan TikTok *Affiliate*?

Menurut saya kalau saya menjadi pengelola masjid atau panitianya mungkin sangat susah sih. Soalnya kan kalau misalkan kita lihat nih kehidupan di kampung sama di kota juga beda ya. Kadang di kota juga orang tua masih enggak tahu dengan teknologi media sosial dan lain-lain. Apalagi ini di kampung yang kehidupannya itu rata-rata cuman kayak ke sawah atau berkebun atau apa. Tiba-tiba disuruh buat terjun ke dunia digital. Kita atau dunia media sosial dan itu menurut saya susah banget buat menyesuakannya karena kita harus mengajari mereka itu dari nol banget loh. Apalagi kita ngajarin orang tua itu susah karena ee gimana ya? Kayak enggak enak gitu. Kayak mereka itu kadang kadang ada yang merasa mereka karena ee udah tua jadi kayak enggak pantas di ajarin sama yang muda kayak gitu. Tapi untuk ee apa ya?

Sejauh ini saya melihat dari di program para jemaah-jemaah yang ikut program MMC ini kebanyakan orang-orang baik sih. Jadi kayak menerima masukan-masukan dari remaja-remajanya yang ngerti banget tentang media sosial.

18. Apakah akang mengenal warga sekitar yang sudah mengikuti MMC dan berhasil mendapatkan penghasilan dari TikTok *Affiliate*? Bagaimana pandangan akang tentang hal itu?

Kalau saya dibilang kenal, enggak sih. Soalnya kan saya ikut cuma sekali dan itu juga udah lupa masyarakatnya siapa, jemaahnya siapa, yang ikutnya siapa. Saya lupa jujur, saya enggak ada yang kenal satu pun gitu.

19. Apakah bukti keberhasilan peserta MMC yang ada saat ini sudah cukup meyakinkan bagiakang? Apa yang masih kurang?

ini saya belum melihat gitu kan orang-orang yang berhasil lewat program MMC gitu. Karena pertama kan saya enggak pernah ikut MMC kan. Jadi saya tidak tahu perkembangan-perkembangan jemaah-jemaah yang ikut MMC di sana. Apakah sudah menghasilkan atau masih stuck di proses atau gimana. Jadi sejauh ini saya belum tahu.

20. Saat pertama kali mendengar tentang MMC, informasi apa yang akang terima? Apakah informasi itu lengkap dan jelas, atau justru membingungkan? Informasi apa yang membuat akang tertarik untuk ikut?

Kalau pertama kali saya mendengar tentang MMC, jujur saya masih bingung sih. Terus informasi yang saya terima juga masih setengah-setengah karena pematernya juga banyak. Jadi kayak ada tiga season dan itu kalau menurut saya memakan waktu banget, memakan waktu banyak. Jadi enggak cocok kalau misalkan buat kalian yang punya kesibukan banyak terus ikut MMC itu enggak cocok karena waktunya tuh sangat panjang. Jadi ga cukup 30 atau 1 jam aja.

21. Apakah cara pengelola masjid menyampaikan informasi tentang MMC sudah menjangkau akang dengan baik? Apa yang kurang?

Mungkin untuk pengelola masjid menyampaikan informasi tentang MMC itu sudah baik mungkin ya, cuman karena sayanya enggak terlalu suka dari awal langsung enggak tertarik makanya saya tidak mencari tahu informasi-informasi tentang MMC itu yang saya tahu ya udah di Masjid Affiliate Al-Kafi Bunut itu ada program ini ada program MMC ini gitu.

22. Apakah ada pesan atau cara komunikasi dari pengelola masjid yang justru membuat akang kurang nyaman atau tidak percaya?

Mungkin komunikasi dari pengelola masjid yang justru membuat saya kurang nyaman itu tidak ada ya karena menurut saya pengelolaannya juga pada baik, pada ramah, pada ngajarin kepada jemaah-jemaahnya yang mungkin masih kebingungan. Menurut saya itu enggak ada sih.

23. Kapan dan bagaimana akang akhirnya memutuskan untuk tidak ikut atau tidak mendukung program MMC? Apa pemicu akhirnya?

Kapan sih waktu kapannya sih aku lupa ya yang pasti awalnya itu waktu pertama kali kalau enggak salah di minggu kedua, di minggu kedua MMC saya langsung enggak ikut karena saya punya kesibukan lain gitu sih alasannya. Ya, pemicu pemicu utamanya itu karena saya punya kesibukan lain dan Jemaah di sana kebanyakan generasi milenial, jadi enggak ada teman sih sebenarnya gitu.

24. Apakah keputusan itu murni keputusan sendiri, atau ada pengaruh dari orang-orang di sekitar akang?

Keputusan itu murni, hasil keputusan sendiri enggak ada pengaruh dari orang-orang lain karena ya saya juga kan masih punya gapai cita punya impian lain gitu. Jadi kayak saya harus memanfaatkan waktu saya dengan baik dengan cara apapun itu yang penting ee intinya saya itu tidak dipengaruhi oleh orang lain.

25. Hingga saat ini, apakah pandangan akang terhadap program MMC masih sama seperti semula, atau ada perubahan? Apa yang mempengaruhinya?

Untuk saat ini pandangan saya terhadap program tersebut udah agak berbeda mungkin ya. Karena apa ya? Saya tidak bisa memandang program orang lain jelek gitu. Sebenarnya bagus, programnya bagus banget cuman ya mungkin untuk konsepnya aja sih agak diubah sedikit. Terus karena saya lokasinya agak lumayan jauh jadi kayak itu juga menjadi salah satu faktor utama saya.

Tidak ikut lagi MMC karena kan itu acaranya malam kan itu sih alasannya.

26. Apakah keberadaan program MMC dan transformasi masjid menjadi 'masjid affiliate' telah mengubah suasana atau dinamika sosial di lingkungan sekitar? Bagaimana perubahannya?

Ya, mengubah dinamika sosial di lingkungan sekitar yang tadi awalnya kamu cuman buat beribadah, sekarang kamu itu bisa sambil mencari ilmu, sambil belajar, sambil belajar media sosial, affiliate dan itu juga bisa menghasilkan bagi diri kita. Tuh, jadi ini sangat bermanfaat dan eh itu aja sih.

27. Apakah ada ketegangan atau gesekan sosial antara warga yang mendukung dan yang menolak program MMC? Bisa diceritakan?

Kalau ketegangan atau gesekan sosial menurut saya tidak ada karena masjid affiliate ini sangat memakmurkan masyarakat sekitarnya gitu. Jadi masyarakat itu kayaknya udahlah ini mah acara bagus nih ini acara. Jadi kayak udah aware lah udah maklum kalau misalkan ada acara-acara kayak gitu di masjid Al-Kahfi ini karena ya karena Karena tidak merugikan juga masyarakat di sana.

28. Apakah program MMC menurut akang telah mengubah cara pandang masyarakat sekitar terhadap fungsi masjid ke arah yang lebih baik atau justru sebaliknya?

Mungkin kalau menurut saya itu tidak mengubah pandangan masyarakat karena memang acara tersebut itu di luar dari waktunya beribadah. Jadi kayak udah sesuai dengan waktu-waktunya gitu. Jadi enggak mengganggu waktu ibadah dan itu juga bagus karena jadi karena masjid itu jadi hidup gitu. Jadi kayak banyak jemaah-jemaah yang datang terus ke masjid buat beribadah dan buat belajar.

29. Apakah ada warga lain di sekitar sini yang awalnya menolak tetapi kemudian berubah pikiran dan ikut MMC? Apa yang membuat mereka berubah?

Untuk pertanyaan nomor 29 mungkin apakah ada warga lain di sekitar sini yang awalnya menolak tetapi kemudian berubah pikiran dan ikut MMC? Sejauh ini saya enggak tahu ya saran karena pertama saya bukan orang sana, bukan orang sekitar masjid. Jadi saya enggak tahu tentang perkembangan-perkembangan yang ada di sana. Saya cuman ter-ter-apa ya? Terikat oleh pekerjaan saja karena saya Akhirnya di perusahaan tersebut, di perusahaan yang satu rumpun sama masjid itu. Jadi saya itu cuman sampai stuck di sana aja.

30. Menurut akang, perubahan atau perbaikan apa yang perlu dilakukan agar program MMC lebih dapat diterima oleh masyarakat sekitar yang saat ini masih menolak?

Menurut saya perubahan yang harus diperbaiki untuk program MMC ini pertama yang tadi saya sudah sebutkan yaitu konsep acaranya mungkin lebih ke fun aja ke biar masuk ke semua generasi terutama generasi Z karena kebanyakan sekarang yang pakai media sosial itu adalah generasi Z. Jadi kayak biar generasi Z itu bisa merasakan ilmu yang mereka salurkan di Masjid Affiliate itu.

Terus yang kedua mungkin acaranya itu diubah jangan MMC malam mabit cuan. Mungkin lebih ke apa ya? Jangan terlalu malam lah istilahnya mah. Terus untuk penyampaian materinya jangan di setengah-setengah. Jadi kalau bisa satu hari itu harus beres dan menghasilkan ini. Jadi kayak kalau yang aku tangkap ya di acara ini itu ee ngasih materinya itu setengah-setengah dan setengahnya lagi bisa disampaikan di minggu depan atau di acara mana.

Dan itu juga merugikan sih kalau menurut saya karena ilmu yang didapatnya setengah dan sehingga jemaah tuh harus datang dua kali buat ikut lagi materi tersebut. Kalau menurut saya ini buang-buang waktu. Kenapa enggak disekaliin aja di awal gitu. Terus nanti minggu depan kita bahas materi lain gitu. Harusnya gitu sih.

31. Apakah ada bentuk program atau kegiatan masjid yang menurut akang lebih tepat dan lebih sesuai untuk dijalankan sebagai pengganti atau pelengkap MMC?

Menurut saya ini juga udah jauh lebih cukup, udah jauh lebih baguslah istilahnya karena pengelola masjid bisa memanfaatkan masjid dan bisa menarik jemaah ke masjid untuk beribadah terutama dan untuk belajar juga tentunya dan berbagi ilmulah istilahnya. Jadi kayak pengelola masjid ngundang-ngundang pematari untuk menyampaikan ilmu yang bermanfaat kepada jemaah-jemaahnya dan ini juga udah sangat bagus acaranya.

32. Jika pengelola masjid sungguh-sungguh ingin mendengar masukan dari warga seperti akang, apa satu hal paling penting yang ingin akang sampaikan kepada mereka?

Untuk kritik mungkin tidak ada. Ee sejauh ini saya ee ee apa ya? *Approve* lah istilahnya kepada acara tersebut karena ini suatu hal atau suatu acara yang bisa menguntungkan bagi sebagian orang terutama bagi orang-orang yang bersungguh-sungguh ingin mendapatkan uang dari TikTok affiliate tentunya. Walaupun memang agak sulit tapi ee ini merupakan jalan bagi mereka yang Istilahnya kesusahanlah cari informasi atau cara belajar mengenai media sosial. Mungkin tetap semangat ya, perbaiki lagi aja mungkin dari segi konsep, dari segi acaranya, gitu aja sih.

33. Apakah ada kondisi atau syarat tertentu yang jika dipenuhi oleh pengelola masjid, akan membuat akang mempertimbangkan kembali untuk ikut atau mendukung program MMC?

Mungkin, mungkin ee ada iya, pasti ada sih hal yang bikin ee saya bisa ikut lagi. Ya, salah satunya itu saya tidak ada kegiatan mungkin. Jadi, tidak ada kesibukan mungkin kalau saya lagi free mungkin. Nah, kebetulan saya akhir-akhir ini lagi emang lagi ee sibuk banget gitu ya sama kuliah, sama kerjaan, sama tugas-tugas.

Jadi, saya enggak sempat buat ikut acara tersebut, terus lokasi juga lumayan jauh jadi kayak buang-buang waktu di jalan istilahnya, mending saya kerjain hal-hal yang menurut saya itu lebih penting itu karena menurut saya kalau misalkan ilmu-ilmu media sosial insyaallah saya udah bisa paham lah udah bisa *searching searching* sendiri istilahnya kalau untuk generasi kayak saya mah mungkin itu itu aja sih.

Lampiran 1. 7 Catatan Hasil Observasi

No.	Aspek Observasi	Indikator yang Diamati	Catatan Lapangan
1	Kondisi Fisik & Sarana Digital Masjid	Tata ruang, fasilitas (Wi-Fi, proyektor, backdrop), perangkat digital peserta, branding program MMC.	Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut ini memiliki 2 lantai ruangan. Lantai 1 merupakan tempat ibadah dan lantai 2 sebagai kantor pegawai dan asrama santri. Pada lantai 1, kegiatan Malam Mabrit Cuan biasa diselenggarakan di selasar masjid, tempat ibadah (sholat) dan kegiatan MMC dibedakan. Adapun untuk fasilitas masjid cukup lengkap, sudah terdapat Wifi, kipas angin, <i>sound system</i> hingga proyektor yang mendukung pelaksanaan program MMC.
2	Tahap Mendefinisikan Masalah (Cutlip)	Apakah pengelola menyampaikan <i>problem statement</i> awal (kebutuhan ekonomi jamaah) kepada peserta? Bagaimana cara penyampiannya?	Ya, pengelola/ panitia menyampaikan kebutuhan awal jamaah kepada peserta dengan cara memulai acara dengan <i>sharing seassion</i> dengan salah satu Tiktok Affiliator yang sudah berpenghasilan. Ia memberikan motivasi bahwa orang tua yang sudah ber umurpun/ sudah tidak produktif bisa mendapatkan penghasilan dari rumah aja (ngonten) di Tiktok.
3	Tahap Perencanaan Program (Cutlip)	Struktur agenda MMC, pembagian sesi, penugasan panitia, materi yang disiapkan, target peserta.	Kegiatan MMC dilaksanakan selama 3 hari, yang dimulai dari pukul 08.00 s.d selesai. Setiap harinya, sesi kegiatan MMC berbeda-beda, dan diselingi dengan kegiatan keagamaan (kajian dan shalat berjamaah). Terdapat penugasan panitia, mulai dari yang bertindak sebagai penyambut tamu, ketertiban, sesi acara dan lain-lainnya, kegiatan dilakukan dengan rapi sesuai dengan <i>rundown</i> kegiatan. Adapun dalam pelaksanaan kegiatannya, setiap narasumber telah menyiapkan PPT dan menampilkannya kepada peserta sehingga acara diskusi semakin hidup, Bahasa yang disampaikanpun disesuaikan dengan <i>audiens</i> , kebanyakan yang hadir adalah dari golongan orang tua dan lanjut usia.
4	Tahap Aksi & Komunikasi (Cutlip)	Penyampaian materi TikTok <i>Affiliate</i> , teknik presentasi, penggunaan media, sesi tanya jawab,	Penyampaian materi setiap sesinya dilaksanakan antara 1 jam setengah sampai 2 jam, kegiatan presentasi menggunakan media PPT sehingga peserta akan lebih mudah memahami dan bisa mencatat point penting materi, kegiatan diskusi/ tanya jawab dilakukan di sela-sela penyampaian materi dan di akhir presentasi sehingga ada komunikasi 2 arah yang terjalin, materi yang disampaikan mengenai: Tiktok <i>Affiliate</i> dan dari mana

No.	Aspek Observasi	Indikator yang Diamati	Catatan Lapangan
		sharing affiliator sukses, praktik akun & konten.	monetisasinya, Ilmu-ilmu dasar seputar <i>Affiliate</i> , cara <i>open mindset</i> bahwa ngonten itu mudah, cara optimasi akun, pentingnya branding di akun kita, dan cara naikin <i>followers</i> , riset produk, tips enjoy jadi Affiliator, kesalahan dan pelanggaran dalam pembuatan konten. Selain itu, disela-sela kegiatan pematiran juga diadakan kajian dan shalat berjamaah. Pada MMC ke-35 ini panitia menghadirkan salah seorang Top Tiktok Affiliator (Omblek) untuk sharing perjalanan ngontennya, ia <i>sharing</i> alasan mengapa <i>Affiliate</i> ini bisa menjadi peluang besar di jaman sekarang. Tidak hanya itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktek membuat konten. Praktek ini dilakukan secara berpasangan, setiap pasangan saling mem videokan satu sama lain, pihak panitia memberikan pinjaman sampel produk untuk bahan konten. Disini, peserta dipaksa untuk membuat konten minimal 3 konten/ orang dan meng uploadnya di akun Tiktok masing-masing.
5	Tahap Evaluasi (Cutlip)	Sesi refleksi/evaluasi di akhir MMC, <i>feedback</i> peserta, rencana tindak lanjut yang disampaikan pengelola.	Pada kegiatan akhir MMC, peserta diberikan kesempatan maju ke depan untuk menceritakan kesan-kesan selama kegiatan berlangsung. Respon/ tanggapan peserta merasa sangat mengesankan bisa mengikuti kegiatan pelatihan gratis dengan ilmu yang sangat mahal. Adapun rencana/ tindak lanjut yang disampaikan panitia adalah, menganjurkan para peserta untuk ikut bergabung pada agensi masjid/ Inkubator Masjid Affiliate (IMAF), dengan tujuan, para creator dapat mendapat bimbingan langsung dan intens dari para mentor untuk menghindari berbagai pelanggaran saat ngonten dan membantu creator untuk berkembang dan mendapat penghasilan. Jika bergabung, peserta harus memberikan persenan komisi yang telah ditentukan kepada masjid, pemasukan ini akan dikelola untuk pembiayaan kegiatan-kegiatan di Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut.
6	Karakteristik Inovasi (<i>Relative Advantage</i>)	Ekspresi peserta saat mendengar potensi penghasilan TikTok <i>Affiliate</i> ; perbandingan yang dikemukakan pengelola/narasumber.	Ekspresi peserta saat mendengarkan materi begitu tampak antusias dan begitu memerhatikan, tidak sedikit juga peserta yang merekan kegiatan dan sambil <i>live</i> di Tiktok. Hal itu menunjukkan sikap antusiasme yang cukup tinggi.

No.	Aspek Observasi	Indikator yang Diamati	Catatan Lapangan
7	Karakteristik Inovasi (Compatibility)	Cara pengelola mengaitkan TikTok Affiliate dengan nilai Islam dan kebutuhan jamaah; respon peserta terhadap relevansi program.	Pada sela-sela pemaparan atau <i>sharing session</i> narasumber selalu memberikan pengingat pentingnya ibadah, sesibuk-sibuknya dalam membuat konten jangan sampai lupa untuk beribadah. Dan ternyata, kebanyakan dari respon peserta akan hal ini sangat disambut baik. Mereka sangat senang bisa menimba ilmu tanpa melakukan kegiatan perbadatan, apalagi mayoritas peserta adalah orang tua dan lansia yang juga fokus mencari bekal (pahala).
8	Karakteristik Inovasi (Complexity)	Hambatan teknis yang muncul saat praktik (membuat akun, konten, <i>live</i>); pendampingan yang diberikan.	Hambatan yang muncul saat pelaksanaan praktek konten adalah kebanyakan peserta adalah pengguna baru Tiktok sehingga belum terlalu terbiasa akan fitur-fitur di aplikasi, apalagi pesertanya adalah orang tua dan juga lansia sehingga mereka gaptek (gagap teknologi), tidak hanya itu, hambatan yang banyak dialami adalah belum terbiasanya para peserta berbicara di depan kamera sehingga para peserta masih terlihat kaku.
9	Karakteristik Inovasi (Triability)	Praktik langsung membuat akun TikTok, hingga membuat konten.	Kebanyakan para peserta yang hadir sudah memiliki akun Tiktok nya masing-masing. Namun, kebanyakan para peserta belum memonetisasi akunnya karena harus memiliki minimal 600 <i>followers</i> untuk bisa menaikkan keranjang kuning. Maka dari itu, panitia memberikan cara/ tips menaikkan <i>followers</i> 600 dalam waktu 3 hari. Dalam praktik pembuatan konten, peserta berpasangan dan saling memvideokan satu sama lain. Panitia memfasilitasi sampel produk untuk di kontenkan. Masing-masing peserta harus membuat minimal 3 konten/ orang dan menguploadnya di akun masing-masing.
10	Karakteristik Inovasi (Observability)	Reaksi peserta saat melihat demonstrasi hasil nyata affiliator sukses; ekspresi kagum/ragu/antusias.	Reaksi peserta saat <i>sharing session</i> bersama narasumber-narasumber yang sukses terlihat sangat antusias, dari hasil wawancara dengan beberapa peserta, setelah mendengarkan dan melihat bukti nyata Affiliator yang sukses, mereka menjadi termotivasi dan semangat untuk memulai ngonten.
11	Proses Waktu Adopsi (Knowledge & Persuasion)	Perubahan ekspresi dan komentar peserta dari awal hingga akhir MMC; tanda-tanda terbentuknya minat.	Pada awal kegiatan, banyak pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh para peserta. Mulai dari berbagai masalah atau keraguan yang dirasakan hingga ketidak tahuan peserta akan dunia Tiktok Affiliator. Namun, semakin bergantinya sesi dan juga hari pertanyaan

No.	Aspek Observasi	Indikator yang Diamati	Catatan Lapangan
			peserta semakin berkembang. Menunjukkan adanya minat atau kepercayaan bahwa dari menjadi Tiktok Affiliator ini dapat menghasilkan. Peserta mulai bertanya strategi dan cara menaikkan <i>followers</i> , cara agar video bisa Fyp hingga cara/ eksekusi membuat konten yang baik dan benar.
12	Proses Waktu Adopsi (<i>Decision & Implementation</i>)	Peserta yang langsung mencoba praktik serius; pernyataan keputusan adopsi dari peserta.	Proses adopsi ini berlangsung dengan cepat, beberapa peserta yang telah mengikuti kegiatan MMC selama 1 hari saja, mereka langsung tertarik untuk serius praktek, mulai dari focus meningkatkan/ menaikkan <i>followers</i> , hingga riset produk yang sedang naik untuk mulai di kontenkan.
13	Saluran Komunikasi	Media yang digunakan pengelola: tatap muka, WhatsApp group, TikTok <i>live</i> , <i>flyer</i> digital, media sosial masjid.	Pengelola menggunakan media whatsapp group untuk share informasi seputar kegiatan MMC dan juga memanfaatkan media sosial masjid (Tiktok dan Instagram) untuk mempromosikan kegiatan MMC. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas peserta yang hadir dari daerah setempat maupun dari luar pulau, mereka mengetahui informasinya dari akun Tiktok masjid.
14	Sistem Sosial (<i>Opinion Leader</i>)	Peran DKM, ustaz, dan <i>top</i> affiliator sebagai agen perubahan; dinamika pengaruh mereka terhadap jamaah.	Hadirnya Top Affiliator seperti Omblek pada saat acara tentu membawa dampak yang besar bagi pengaruh keputusan peserta untuk mulai ngonten, mereka sangat terinspirasi dan semangat untuk mempraktikkan ilmu-ilmu yang sudah di dapat.
15	Kegiatan Ibadah Terintegrasi	Pelaksanaan shalat berjamaah, kultum, dan suasana rohani yang dibangun di sela-sela pelatihan ekonomi.	Kegiatan ibadah seperti shalat berjamaah dilakukan di sela-sela kegiatan. Setiap waktu shalat, kegiatan diberhentikan sejenak dan peserta melaksanakan shalat berjamaah. Selain itu, terdapat juga kajian Muslimah dan dilakukan di sela-sela kegiatan MMC.
16	Pengelolaan Badan Usaha Milik Masjid	Aktivitas usaha, aliran pemasukan non-ZISWAF, cara pengelola menjelaskan model bisnis masjid kepada jamaah.	Pada sela-sela kegiatan, tepatnya di puncak kegiatan, panitia menjelaskan mengenai salah satu Badan Usaha Milik Masjid (BUMM) kepada para peserta. Panitia mengenalkan dan mengarahkan peserta untuk bergabung pada agensi masjid/ Inkubator Masjid Affiliate (IMAF), agar para <i>creator</i> nantinya dapat dibimbing langsung oleh para mentor untuk dapat penghasilan dari Tiktok Afiliator. Peserta yang bergabung pada agensi ini harus memberikan persenan komisi kepada masjid sesuai dengan kesepakatan yang telah

No.	Aspek Observasi	Indikator yang Diamati	Catatan Lapangan
			ditentukan. Nantinya, pemasukan ini akan disalurkan untuk pembiayaan kegiatan -kegiatan di masjid.



Dokumentasi Hasil Observasi Kegiatan MMC Ke-35



(Kegiatan Tadarus & Kajian Jumat)



(Sharing bersama Mentor)



(Materi Dasar-Dasar *Affiliate* & Tanya Jawab)



(Ekspresi Peserta Ketika Pematerian)



(Materi Riset Produk)



(Kajian Muslimah)



(Mentoring dari Panitia Ketika Praktik Ngonten)



(Praktik Ngonten Kelompok)



(Pematerian Tentang Macam-macam Pelanggaran)



(Kegiatan Shalat Berjamaah)



(Sosialisasi Mengenai *Agency* Masjid)



(*Sharing Motivation* Ngonten Bersama Top Tiktok Affiliator, Omblek)

Lampiran 1. 8 Proses Klasifikasi Data

TIPIKASI / KLASIFIKASI KATEGORI DATA

Informan: Cecep Supriadi | Sohendi | Anggrita Putra Utama | Azka Dwi Anshari | Hendra | Agung | Armansyah

KONSEP DAN FUNGSI MASJID DALAM KONTEKS INOVASI		
1. Fungsi Ideal Masjid (Normatif)		
Tipe/ Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Masjid multifungsi (ibadah + sosial ekonomi)	"Fungsi masjid di zaman Rasulullah bukan hanya ibadah ritual, tapi juga musyawarah dan kepentingan kemasyarakatan"	Cecep
Masjid sebagai pusat pemberdayaan ekonomi digital	"Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga dapat menjadi pusat pemberdayaan masyarakat"	Sohendi
Masjid sebagai tempat ibadah utama yang tidak boleh tergeser	"Jangan sampai waktunya ibadah malah dipakai buat ngonten"	Armansyah

2. Pandangan terhadap Program MMC di Masjid		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Mendukung dengan syarat ibadah tetap prioritas	"Asalkan jangan melenceng dari tujuan masjid untuk ibadah kepada Allah, boleh-boleh saja"	Cecep
Sangat mendukung sebagai inovasi pemberdayaan	"Program MMC sangat inspiratif dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat"	Sohendi
Mendukung, masjid bukan hanya tempat ibadah bercermin dari masjid Timur Tengah	"Masjid itu rumah segala rumah. Di Arab Saudi pun masjid punya badan usaha untuk kepentingan masjid, enggak ada salahnya"	Hendra
Mendukung tapi menilai format belum cocok semua generasi	"Acaranya terlalu menjurus ke generasi milenial, generasi Z enggak merasakan serunya"	Armansyah

SEJARAH DAN MANAJEMEN PROGRAM MMC		
1. Latar Belakang Berdirinya MMC		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Dorongan kasus sosial	"Di sekitar masjid ada orang yang bunuh diri"	Azka

(bunuh diri akibat utang) → program pemberdayaan	<i>karena hutang Rp1,6 juta. Akhirnya kita coba bikin program pemberdayaan"</i>	
Inisiatif menghidupkan masjid pasca-Ramadan	<i>"Bagaimana caranya masjid bisa ramai lagi setelah Ramadan"</i>	Azka
Kolaborasi praktisi TikTok <i>Affiliate</i> (Om Blek) + pengelola masjid (Kang Adit)	<i>"Om Blek sudah ngerintis TikTok Affiliate dan berhasil, akhirnya klop bikin acara MMC"</i>	Azka

2. Transformasi Pengelolaan Masjid

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Dari konvensional (ibadah rutin saja) ke digital (BUMM + pelatihan affiliate)	<i>"Yang awalnya tidak ada program pemberdayaan ekonomi digital, jadi ada. Kalau dulu masjid habis kajian ya udah kosong lagi"</i>	Anggrita
Penambahan struktur organisasi: volunteer muda (YoKaMi Academy)	<i>"Kita hire anak-anak muda yang mau mengurus masjid dan libatkan mereka"</i>	Anggrita
Pengembangan BUMM (Badan Usaha Milik Masjid) dan agensi TikTok	<i>"Agensi Masjid Affiliate sudah peringkat ke-17 nasional, omset 200 M per bulan"</i>	Anggrita

Struktur dan Peran Aktor Kunci

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Kang Adit (Founder/Visioner)	<i>"Yang benar-benar menggagas itu Pak Adit. Dialah yang punya ide program pemberdayaan"</i>	Azka
Azka (Ketua DKM/Eksekutor)	<i>"Diamanahi jadi Ketua DKM tahun 2024, fokus mengelola masjid full time"</i>	Azka
Anggrita (Humas/Konten Kreator Masjid)	<i>"Pap Angga bikin konten wawancara peserta, langsung FYP puluhan ribu views"</i>	Anggrita
Sohendi & affiliator sukses (Narasumber/Mentor)	<i>"Sudah 3 kali menjadi narasumber, menyampaikan strategi konten dan peluang affiliate"</i>	Sohendi

STRATEGI KOMUNIKASI DAN DIFUSI INOVASI		
1. Saluran Komunikasi Promosi MMC		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Konten TikTok viral (FYP)-kisah perjuangan peserta	"Konten yang mengangkat perjuangan orang yang dari jauh datang ke sini pasti naik viewnya"	Anggrita
Branda TikTok humas masjid - peserta langsung datang setelah melihat konten	"Keluar konten Pak Angga di branda TikTok, 'mau belajar TikTok Affiliate datang aja ke sini', langsung saya catat nomornya"	Hendra
WhatsApp Story dan grup alumni (15.000+ anggota)	"Tahu MMC dari story WhatsApp-nya Kang Aditya Pratama Al Ghifari"	Agung
Word of mouth / kopdar komunitas affiliator	"Ketemu di acara kopdarnya Om Blek, lalu tahu ada MMC"	Agung

2. Strategi Persuasi Menarik Peserta		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Gratis tanpa biaya sepeser pun	"Ilmu ini bisa teman-teman dapatkan gratis, tidak dipungut biaya sepeser pun"	Anggrita
Menampilkan GMV/omset nyata affiliator	"Kita selalu menampilkan GMV atau omset yang sudah diraih konten kreator sebagai daya tarik"	Anggrita
Menampilkan kisah semua kalangan (lansia, ibu-ibu, anak muda)	"Ada yang usia 70 tahun masih bikin konten, itu jadi pamanis buat yang pengen penghasilan tambahan"	Anggrita
Testimoni affiliator sukses sebagai bukti nyata	"Meyakinkan ketika dilihatkan GMV real setiap harinya, baru percaya itu nyata"	Agung

Pola Difusi Inovasi (Siapa yang Mengadopsi)		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
INNOVATORS - Anggrita & Azka: Berani mengambil risiko sosial-ekonomi besar untuk mengubah fungsi konvensional masjid menjadi masjid digital affiliate	"Kita semua sadar ini risiko besar, masjid belum pernah ada yang begini. Tapi kita yakin kalau ini bisa jadi solusi pemberdayaan umat yang nyata"	Anggrita

pertama di Indonesia		
<i>INNOVATORS</i> - Keberanian mengubah identitas masjid: dari masjid ibadah konvensional menjadi 'Masjid <i>Affiliate</i> ' pertama di Indonesia (awal 2024)	"Yang awalnya tidak ada program pemberdayaan ekonomi digital, jadi ada. Kalau dulu masjid habis kajian ya udah kosong lagi, sekarang penuh terus"	Azka
<i>EARLY ADOPTER</i> - Hendra berubah peran menjadi opinion leader: aktif berbagi pengalaman dan memotivasi peserta MMC lain setelah berhasil	"Penasaran kok orang bisa menghasilkan miliaran dari TikTok sedangkan kerja cuma 3-5 juta per bulan, tapi saya belum percaya begitu saja waktu itu" "Disuruh Kang Adit kasih motivasi di MMC. Saya bilang: sudah setua ini alhamdulillah bisa menghasilkan, jangan kalah sama anak muda"	Hendra
<i>EARLY MAJORITY</i> - Agung: Awalnya skeptis dan berhati-hati karena citra TikTok sebagai platform hiburan, namun akhirnya mengadopsi penuh setelah melihat data GMV yang nyata	"Penasaran kok orang bisa menghasilkan miliaran dari TikTok sedangkan kerja cuma 3-5 juta per bulan, tapi saya belum percaya begitu saja waktu itu" "Meyakinkan ketika dilihatkan GMV real setiap harinya, baru percaya itu nyata dan bukan bohong-bohongan"	Agung
<i>LATE MAJORITY / LAGGARDS</i> - Armansyah: Menilai TikTok <i>Affiliate</i> tidak stabil dan dinamis sebagai profesi utama; lebih memilih kuliah dan kerja WFH yang lebih menjamin kepastian ekonomi	"Bisnis di TikTok <i>Affiliate</i> itu tidak stabil, terus berkembang dan berubah kebijakannya. Tidak cocok dijadikan profesi utama, saya lebih pilih tetap kuliah dan kerja WFH" "Konsep acaranya terlalu menjurus ke generasi milenial, generasi Z berharap yang seru dan have fun, bukan ceramah panjang"	Armansyah

PROSES ADOPSI INOVASI OLEH PESERTA

1. Pengetahuan (*Knowledge Stage*)

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Buta total → sadar potensi TikTok <i>Affiliate</i>	"Tidak tahu kalau TikTok bisa menghasilkan uang, baru sadar setelah melihat konten Masjid <i>Affiliate</i> di FYP"	Agung

Buta total → tertarik setelah diajak keponakan, langsung 600 <i>follower</i> dalam sehari	"Saya mau bikin ke Facebook, karena belum ngerti ada TikTok. Dibikinin akun sama keponakan, upload satu video, tembus 600 <i>follower</i> satu hari"	Hendra
Sudah tahu tapi tidak konsisten	"Sebelum MMC sudah terjun ke affiliate tapi enggak konsisten, pernah posting tapi tidak mendalami"	Armansyah
Mengenal dari media sosial, terpikat oleh angka omset	"Penasaran kok orang bisa menghasilkan miliaran dari TikTok sedangkan kerja cuma 3-5 juta per bulan"	Agung

2. Persuasi (<i>Persuasion Stage</i>)		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Momen kunci: menyaksikan GMV real affliator sukses	"Meyakinkan ketika dilihatkan GMV real setiap harinya, baru percaya itu nyata"	Agung
Momen kunci: mentor menegaskan usia bukan halangan	"Mentor bilang walaupun tua kalau urusan begini enggak melihat dari umur, yang penting ada kemauan"	Hendra
Momen kunci: menyaksikan testimonial peserta tua yang berhasil	"Pak Haji usia 66 tahun saja bisa ngonten dan menghasilkan, itu motivasi buat peserta lain"	Anggrita
Faktor komunitas: lingkungan masjid mendukung konsistensi	"Di sini lingkungannya memang ngonten, jadi kalau semangat turun langsung terpacu lagi"	Agung

3. Keputusan dan Implementasi (<i>Decision & Implementation</i>)		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Langsung praktik saat/pasca MMC (riset produk, beli sampel, buat konten)	"Di MMC diajarkan riset produk, akhirnya beli beberapa produk dan alhamdulillah ada penjualan"	Agung
Hambatan psikologis lansia: malu di depan kamera, memori lemah, belajar lambat	"Ngomong gelagapan, lihat muka sendiri jadi malu sendiri. Belum paham cara edit TikTok, tapi keinginan lebih besar dari rintangan"	Hendra
Struggle awal: butuh waktu lama untuk satu konten	"Bikin 30 video 30 detik memakan waktu 3-4 jam, struggle banget di awal"	Agung

4. Konfirmasi (<i>Confirmation Stage</i>)		
Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Pecah telur pertama → semangat meningkat drastis	<i>"Komisi pertama Rp6.000, senang banget! Bukan nilainya, tapi karena berarti saya bisa"</i>	Hendra
Konsistensi didukung lingkungan komunitas masjid	<i>"Kalau pulang ke rumah jadi tidak konsisten, di lingkungan masjid yang sama-sama ngonten jadi terpacu"</i>	Hendra
Menjadi motivator peserta lain di sesi MMC setelah terbukti menghasilkan	<i>"Disuruh Kang Adit kasih motivasi di MMC. Saya bilang: sudah setua ini alhamdulillah bisa menghasilkan, jangan kalah sama anak muda"</i>	Hendra
Rekomendasi ke orang lain sebagai bentuk konfirmasi adopsi	<i>"Sangat merekomendasikan karena ilmunya daging, gratis, disediakan tempat dan sampel juga"</i>	Agung

HAMBATAN DAN TANTANGAN PROGRAM MMC

1. Hambatan Internal Pengelolaan

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Penyalahgunaan fasilitas masjid oleh tamu jangka panjang	<i>"Ada tamu yang menginap lama lalu mengajarkan affiliate dan meminta imbalan, bahkan meminjam uang ke peserta"</i>	Anggrita
Tindakan pencurian yang mengganggu kepercayaan	<i>"Semakin banyak peserta yang datang menginap, muncul kasus pencurian HP, dompet, alat-alat"</i>	Anggrita
Peserta datang dengan motif non-belajar (pelarian masalah finansial)	<i>"Banyak yang datang membawa masalah berat terkait uang, ada yang mau diceraikan, ada yang dikejar hutang"</i>	Anggrita

2. Hambatan Teknis Pelatihan

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Kendala jaringan internet dan perangkat	<i>"Hambatan teknisnya ketika sudah upload ada kendala jaringan dan view yang kecil"</i>	Agung
Kurikulum belum terstruktur (lompat-lompat)	<i>"Materinya masih lompat-lompat, dari motivasi ke cara upload ke riset produk, baiknya diurutkan"</i>	Agung

Adaptasi peserta lansia terhadap teknologi lambat	<i>"Ngajari orang tua susah, memorinya agak lemah, belajar lebih lambat dari anak muda"</i>	Armansyah
Inkonsistensi saat kembali ke rumah lingkungan tidak mendukung ngonten	<i>"Pulang ke Bogor sebulan, tidak bisa konsisten. Kadang bikin konten, besoknya malas karena masih ada kerjaan lain"</i>	Hendra

3. Hambatan Sosial-Budaya dan Kesenjangan Generasi

Tipe / Kategori Data	Kutipan Data	Sumber
Format acara kurang cocok untuk Generasi Z	<i>"Konsep acara terlalu menjurus ke generasi milenial, generasi Z berharap yang seru dan have fun"</i>	Armansyah
Resistensi masyarakat kampung terhadap transformasi digital	<i>"Di pedesaan berpikirnya masih belum 100% terbuka terhadap era digital yang dikaitkan dengan ibadah"</i>	Cecep
Kekhawatiran bahwa <i>affiliate</i> hanya menguntungkan segelintir orang	<i>"Saya khawatir jika semua orang jadi konten <i>affiliate</i>, lalu siapa yang belinya?"</i>	Armansyah