

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofi Maulana
NIM : 202012120441
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul; **“Manajemen Media Sosial Sebagai Media Publikasi Humas di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya”** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian, dalam bentuk jurnal atau *working paper* atau bentuk lain yang dapat dipublikasikan secara umum. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penelitian.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 14 Juni 2024.

Yang menyatakan,



Sofi Maulana

MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI HUMAS DI PONDOK PESANTREN ASSALAFI AL FITHRAH SURABAYA

Sofi Maulana

Institut Al Fithrah Surabaya

maulanasofi99@gmail.com

Abstrak

Manajemen media sosial sebagai publikasi humas merupakan praktik strategis yang memanfaatkan platform media sosial untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan citra serta komunikasi antara organisasi dan publiknya. Dalam pengelolaan media sosial lembaga dibutuhkan manajemen yang baik agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuan publikasi yang telah ditentukan

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini menjelaskan atau menggambarkan yang terjadi secara nyata pada saat penelitian. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan tiga cara yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa 1) Tim media Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya menggunakan media sosial Instagram, Facebook, Twitter, dan website sebagai media publikasi humas. 2) Manajemen media sosial sebagai media publikasi humas di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya kurang berjalan dengan optimal, karena penyajian konten lebih berfokus pada dakwah, sementara publikasi kegiatan dan informasi humas lebih minim. Hal ini disebabkan karena tidak terlibatnya peran PJ. Humas dalam manajemen media sosial.

Kata Kunci: Manajemen, Media Sosial, Publikasi humas.

Abstract

Social media management as a public relations publication is a strategic practice that utilizes social media platforms to build, maintain, and enhance the image and communication between an organization and its public. Effective management is required in social media administration to ensure that an organization can achieve its predetermined publication goals.

This study employs a descriptive qualitative research method. The qualitative research with a descriptive approach explains or illustrates what actually occurs during the research. Data for this study were collected using three methods: observation, interviews, and documentation.

The findings of this study reveal that 1) The media team of Al Fithrah Islamic Boarding School Surabaya uses social media platforms such as Instagram, Facebook, Twitter, and a website as public relations publication media. 2) The management of social media as a public relations publication media at Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya is not optimal, as the content presentation is more focused on religious outreach (dakwah), while public relations activities and information are minimally

published. This is due to the lack of involvement of the Public Relations Officer in social media management.

Keywords: Management, Social Media, Public Relations Publication.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara organisasi berinteraksi dengan publiknya.¹ Salah satu perubahan signifikan adalah penggunaan media sosial sebagai alat utama untuk publikasi dan komunikasi. Media sosial tidak hanya menjadi platform untuk berbagi informasi, tetapi juga menjadi sarana strategis bagi organisasi untuk membangun citra dan menjaga hubungan dengan audiens mereka.

Media sosial sendiri adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, memungkinkan pembuatan dan pertukaran Konten Buatan Pengguna. Media sosial merupakan salah satu arus utama dalam Teknologi Informasi (TI) pada zaman *Information Age* atau Digital Era. Istilah media sosial telah menjadi populer dan meresap ke semua generasi. Dengan adanya media sosial, kegiatan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dengan mode tatap muka sekarang dapat dijalankan secara virtual, baik secara simultan maupun tidak simultan.²

Di lingkungan pondok pesantren, khususnya di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya, manajemen media sosial menjadi semakin penting. Sebagai lembaga pendidikan dan keagamaan yang memiliki peran sentral dalam mendidik generasi muda, pondok pesantren ini memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang benar dan bermanfaat kepada masyarakat luas. Media sosial, dengan jangkauannya yang luas dan kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat, menjadi alat yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Namun, penggunaan media sosial sebagai media publikasi humas di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana mengelola konten yang tidak hanya fokus pada dakwah, tetapi juga mencakup publikasi kegiatan dan informasi penting lainnya yang relevan dengan humas. Manajemen media sosial yang efektif membutuhkan keterlibatan berbagai pihak, termasuk peran aktif dari PJ. Humas, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dan citra lembaga.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana manajemen media sosial dapat dioptimalkan sebagai media publikasi humas di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi saat ini,

¹ Cahyono Anang Sugeng, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, dalam *Jurnal Publiciana* Vol 9 No 1 2026.

² Abdillah, A. Leon, *Peran Media Sosial*, (Palembang: Bening media publishing, 2022), 2

mengidentifikasi hambatan yang ada, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan manajemen media sosial di lembaga ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan kata tertulis atau lisan dari orang yang dapat diamati. Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena tentang apa yang diamati, seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dll. Ketajaman penelitian kualitatif sangat berpengaruh terhadap kata, bahasa pada suatu kalimat yang telah digunakan peneliti.³ Dalam analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis dalam mencari dan merangkai data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Tujuannya adalah agar data tersebut dapat disusun secara teratur, mudah dipahami, dan temuannya dapat disampaikan kepada pihak lain.⁴ Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, pemecahan menjadi unit-unit terpisah, sintesis, pembentukan pola, pemilihan aspek yang signifikan untuk dipelajari, serta penarikan kesimpulan yang dapat dijelaskan kepada orang lain.

PEMBAHASAN

Menurut Hersey dan Blanchard berpendapat bahwa manajemen ialah proses bekerja sama antara individu dan kelompok serta sumber daya lainnya dalam mencapai tujuan organisasi yang merupakan sebagai aktivitas manajemen. Dengan maksud, aktivitas manajerial hanya dapat ditemukan dalam wadah sebuah organisasi, baik organisasi bisnis, pemerintah, sekolah, industri, rumah sakit, dan lain-lain.⁵

Menurut konsep manajemen media sosial mengacu pada konsep manajemen umum dan tahapan penggunaan media sosial. Berdasarkan pemahaman manajemen humas (*management of public relations*), jika dilihat dari fungsi manajemen, proses komunikasi merupakan faktor utama yang menentukan kelancaran manajemen dalam fungsi kehumasan di suatu lembaga. Umumnya manajemen humas dalam mengelola media sosial dapat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi.

Erly Suandy Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi dan menyajikan program-program, tata cara pelaksanaan program, dan Tindakan yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh.

³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 67

⁴ Hamdani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 161-162

⁵ Syafaruddin, *Manajemen Organisasi Pendidikan perspektif Sains dan Islam*, (Medan, Perdana Publishing: 2015), 35

Definisi perencanaan ini menjelaskan bahwa perencanaan merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan secara menyeluruh.⁶

1. Perencanaan manajemen media sosial sebagai media publikasi humas

Dalam perencanaan media pondok pesantren melakukan a) Perencanaan penetapan dan pemilihan konten media sosial pondok pesantren yang meliputi pemetaan konten, yaitu memilah dan memilih jenis-jenis konten yang ingin disajikan kepada para audiens. b). Perencanaan Penggunaan platform dan fitur-fitur yang sesuai karena dapat mengoptimalkan media sosial, seperti tagar, mentions, lokasi, serta mengaktifkan tombol *follow*, *share like*, dan komen. Serta pemanfaatan fitur instastory. Penggunaan tagar dengan kata kunci yang tepat dapat mempermudah pencarian konten yang kita unggah. c). Selain perencanaan konten dan fitur-fitur, perencanaan sumber daya yang ada juga perlu dilakukan. Perencanaan ini mencakup SDM, peralatan, biaya dan lainnya. Dalam pemilihan SDM media pondok pesantren telah melakukan pemilihan SDM yang sudah berpengalaman dibidangnya, walaupun saat ini yang terpilih bukan lulusan dari sarjana multimedia. Dalam segi jumlah SDM saat ini tim media masih mempunyai satu SDM yaitu Ust. Dzulfikar, minimnya SDM yang ada sering kali membuat kurang berjalannya konsistensi konten yang unggah oleh tim media. Selain pemilihan SDM tim media juga melakukan pengembangan SDM yang berisi tentang program media pondok. Dalam hal ini dikemas dengan forum yang dinamakan “Ngaji Media” kegiatan ini dilakukan satu minggu satu kali. d). Perencanaan jadwal posting respon dan tindak lanjut. Adanya penjadwalan postingan perlu dilakukan agar lembaga pesantren terkesan aktif tetapi tidak berlebihan. Kemudian perencanaan merespon komentar yang berupa pertanyaan, kritik, dan saran juga perlu ditentukan tindakan yang harus dilakukan, Jangan sampai saran yang diberikan oleh audiens dibiarkan begitu saja, karena dapat berdampak negatif bagi lembaga pesantren. Dalam media pondok pesantren sendiri untuk perencanaan jadwal konten saat ini masih belum dilaksanakan secara menyeluruh, akan tetapi untuk konten yang istiqomah sudah terjadwal seperti pamflet ahad awal dan ahad kedua. Sedangkan untuk perencanaan respon dan tindak lanjut juga masih belum dilakukan, yang sudah dilakukan hanyalah perencanaan respon pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan diarahkan kepada pihak terkait yang mengurus bagian yang ditanyakan tersebut. Sedangkan untuk tindak lanjut mention masih belum dilakukan.

2. Pengorganisasian manajemen media sosial sebagai media publikasi humas

Pengorganisasian merupakan suatu aktivitas yang dijalankan untuk menata dan mengatur organisasi sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Pengelolaan ini berkaitan dengan struktur, sistem, dan sumber daya yang ada dalam organisasi. Dalam hal struktural, media pondok pesantren berada di bawah naungan bagian kesekretariatan pondok dan bukan di bawah bagian humas pondok pesantren.

⁶ Taufiqurokhman, Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan, (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama: Jakarta, 2008), 4

Pengaturan ini memiliki implikasi penting terhadap bagaimana komunikasi dan penyebaran informasi dilakukan di dalam pondok pesantren.

3. Pelaksanaan media sosial sebagai media publikasi humas

Dalam pelaksanaan terdapat suatu tindakan dari sebuah rencana yang telah disusun secara matang dan terperinci, pelaksanaan dilakukan ketika suatu perencanaan sudah dianggap siap. Secara gampangnya pelaksanaan dapat diartikan sebagai penerapan. Pelaksanaan merupakan upaya untuk mewujudkan rencana menjadi realisasi melalui berbagai pengarahan dan motivasi agar anggota dapat melaksanakan kegiatan atau pekerjaan yang maksimal.⁷

Dalam pelaksanaannya media sosial pondok pesantren melakukan a). Membuat postingan informasi penting dan menarik. Dalam pembuatan konten melibatkan dua sumber yang berbeda akan tetapi banyak pihak yang terlibat di dalamnya. Sumber konten yang pertama yaitu berasal dari atasan atau pimpinan pondok pesantren, kemudian sumber kedua berasal dari tim media sendiri yang nantinya bisa melibatkan pihak lain dalam pembuatan materi kontennya. Dalam melaksanakan tugas ini, tim media biasanya melibatkan pihak lain, seperti asatidz, santri, atau staf pondok pesantren, untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat. Proses pencarian bahan atau materi konten dilakukan dengan mempertimbangkan jenis konten yang ingin disajikan, baik itu berupa teks, gambar, video, info grafis, dan konten lainnya. b). Pola pembaruan biasanya mengikuti *timeline* yang telah ditetapkan. Pola pembaruan juga menentukan jumlah unggahan dalam setiap pembaruan. Dipengelolaan media sosial pondok pesantren sendiri pembaruan yang dilakukan masih menyesuaikan dengan keadaan yang ada, seperti waktu dalam pembuatan dan juga kegiatan-kegiatan tertentu. Kesimpulannya di dalam media, pelaksanaan pola pembaruan media sosial pondok pesantren masih belum memiliki *timeline* atau jadwal pembaruan yang menjadi patokan dalam pembuatan konten yang akan diunggah. Yang mana hal ini dapat mengurangi konsistensi unggahan konten media pondok pesantren. c). Penulisan *caption*, tagar, dan juga lokasi dalam media sosial meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten, mendorong keterlibatan pengguna, membangun komunitas lokal, serta memperkuat hubungan dan kepercayaan audiens terhadap konten yang dibagikan. Dalam penulisan tersebut media pondok pesantren sudah melakukannya penulisan unggahannya, seperti *caption* yang sesuai dengan konten yang diunggah dan juga dengan penulisan lokasi yang sesuai. Akan tetapi untuk tagar, media pondok pesantren sudah menggunakannya di beberapa konten unggahannya dan masih ada yang penulisan tagarnya belum sesuai dengan isi konten yang diunggah. d). Di dalam media pondok pesantren sendiri untuk pelaksanaan interaksi dengan *follower* di dalam kolom komentar sudah dilakukan, sedangkan di dalam pesan pribadi kebanyakan *follower* memberi *mention* di halaman *story*nya sehingga masuk ke dalam pesan pribadi, dalam hal ini media pondok pesantren tidak semuanya

⁷ Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Mandar maju, 2011), 84

ditanggapi akan tetapi hanya akun-akun tertentu saja. Kurangnya tanggapan dalam *mention follower* terkadang dapat membuat rasa *respect follower* hilang sehingga citra pondok pesantren bisa menurun. Dan seharusnya pihak pengelola memberikan tanggapan yang baik kepada *follower*. e). Pengarsipan Konten Setelah menyelesaikan pembuatan konten, tim media pondok pesantren melanjutkan dengan langkah penting lainnya, yaitu mengarsipkan konten. Arsip media ini mencakup semua konten yang telah diunggah ke berbagai platform. Proses pengarsipan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa konten tersimpan dengan rapi dan mudah diakses saat diperlukan di masa mendatang.

4. Pengawasan media sosial sebagai media publikasi humas

Pengawasan adalah langkah untuk memantau pelaksanaan semua kegiatan dalam organisasi guna memastikan bahwa setiap tugas dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan media sosial melibatkan pemantauan seluruh aktivitas terkait pengelolaan media sosial, termasuk jadwal konten, jumlah pengikut, tanggapan, dan lainnya. Tujuan dari pengawasan media sosial adalah untuk memastikan bahwa penggunaan media sosial dalam hubungan masyarakat dapat dikontrol dan diawasi dengan efektif. Jika terjadi ketidaksesuaian dengan rencana awal, seorang manajer harus mampu membuat keputusan yang tepat agar masalah tersebut dapat segera diselesaikan.

Dalam media sosial pesantren pengawasan dilakukan oleh bagian kesekretariatan. Pengawasan konten instagram dilakukan dengan mengamati jumlah konten yang diupload, jumlah konten yang banyak peminatnya, jumlah like per konten, dan pengawasan kolom komentar. Sedangkan untuk website sendiri dilakukan dengan mengawasi kuantitas terkait dengan target yang sudah disepakati yaitu minimal 2 kali upload konten dalam satu minggu.

5. Evaluasi media sosial sebagai media publikasi humas

Evaluasi adalah proses sistematis yang bertujuan untuk menentukan nilai suatu hal, seperti ketentuan, kegiatan, keputusan, unjuk-kerja, proses, orang, atau objek, berdasarkan kriteria tertentu melalui penilaian. Evaluasi melibatkan perbandingan nilai suatu hal dengan kriteria umum atau khusus. Evaluator dapat langsung membandingkan objek yang dievaluasi dengan kriteria umum atau melakukan pengukuran terlebih dahulu sebelum melakukan perbandingan.⁸

Evaluasi media sebagai media publikasi humas di pondok pesantren dilakukan dua kali. Evaluasi dari tim media dilakukan dengan memahami pola-pola yang terjadi dengan membandingkan jumlah konten yang diunggah setiap bulannya menggunakan fitur *insight* media sosial. Proses ini memungkinkan tim untuk mengevaluasi peningkatan dan penurunan jumlah konten, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan tersebut. Sedangkan evaluasi bersama kbid kesekretariatan di setiap bulannya. Evaluasi rutin yang diadakan yang ke dua

⁸ Ahmad Sabri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Cet. I; Jakarta: Ciputat Press, 2005), 138

dilakukan setiap 1 bulan sekali. Proses ini melibatkan berbagai Penanggung Jawab (PJ) yang menyampaikan laporan mengenai kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan selama sebulan terakhir serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan tugas mereka. Melalui rapat evaluasi bulanan ini, setiap PJ memiliki kesempatan untuk memberikan gambaran lengkap tentang progres kegiatan yang telah mereka jalankan, sekaligus mengidentifikasi masalah-masalah yang muncul selama proses tersebut. Dalam evaluasi ini di pelopori oleh bagian kesekretariatan pondok pesantren.

PENUTUP

Tim media Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya menggunakan media sosial Instagram, Facebook, Twitter, dan Website sebagai media publikasi humas. Dalam segi manajemen masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan di seluruh media sosial yang digunakan sebagai media publikasi humas, baik dalam segi isi konten, jadwal *posting*, dan keaktifan sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut agar informasi tersampaikan sesuai dengan target audiens. Adapun manajemen media sosial pondok pesantren yang dilakukan yaitu, a) Perencanaan dengan melakukan pemetaan konten, dan pengembangan SDM, b) Pengorganisasian menunjuk asatidz yang dijadikan pengelola media sosial, 3) Pelaksanaan dilakukan dengan pembuatan konten pengelolaan unggahan konten dan pengarsipan konten sesuai dengan jenis konten dan waktu pembuatan konten, 4) Pengawasan dilakukan oleh pihak kesekretariatan dengan melihat dan menganalisis konten-konten media sosial, 5) Kemudian evaluasi dilakukan dua kali yaitu secara internal dengan menganalisis *insight* media sosial dan evaluasi bersama atasan untuk melaporkan kegiatan dan kendala yang dihadapi.

Daftar Pustaka

- Cahyono Anang Sugeng, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, dalam Jurnal Publiciana Vol 9 No 1 2026.
- Abdillah, A. Leon, *Peran Media Sosial*, (Palembang: Bening media publishing, 2022).
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 67
- Hamdani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 161-162
- Syafaruddin, *Manajemen Organisasi Pendidikan perspektif Sains dan Islam*, (Medan, Perdana Publishing: 2015), 35
- Taufiqurokhman, *Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan*, (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama: Jakarta, 2008), 4
- Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Mandar maju, 2011), 84
- Ahmad Sabri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Cet. I; Jakarta: Ciputat Press, 2005), 138