

Proses Rencana Manajemen Media Sosial dalam Publikasi Humas

Sofi Maulana¹, Choirus Sholihin²

Institut Al Fithrah (IAF) Surabaya

correspondence e-mail*, maulanasofi99@gmail.com, choirussholihin@gmail.com

Submitted:

Revised: 2025/04/01;

Accepted: 2025/05/21; Published: 2025/06/23

Abstract

In this journal, the researcher will explain how social media management is used as a public relations publication medium at the Assalafi Al Fithrah Islamic Boarding School in Surabaya, and will also explain what are the supporting and inhibiting factors in social media management as a public relations publication medium at the Assalafi Al Fithrah Islamic Boarding School in Surabaya. This study uses qualitative descriptive research. This type of qualitative research with a descriptive approach explains or describes what actually happened during the research. This study collected data using three methods, namely observation, interviews, and documentation. The results of this study found that 1) The media team of the Assalafi Al Fithrah Islamic Boarding School in Surabaya uses social media Instagram, Facebook, Twitter, and websites as public relations publication media. 2) Social media management as a public relations publication medium at the Assalafi Al Fithrah Islamic Boarding School in Surabaya is not running optimally, because the presentation of content is more focused on da'wah, while the publication of public relations activities and information is minimal. This is due to the lack of involvement of the Public Relations Acting Officer in social media management. 3) Supporting factors for social media management as a public relations publication medium are human resources who always improve their competence so they can always keep up with the times. Meanwhile, the inhibiting factors are human resources working independently, insufficient time for content creation, minimal institutional activity content, no role of public relations in content creation, no posting schedule, limited budget, and inadequate human resources so that the implementation is less than optimal.

Keywords

Management, Social Media, Public Relations Publications



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

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

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

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.

Disebuah penelitian lain sudah terdapat penelitian yang ditulis oleh Putri Yulistari Mahasiswa UIN sultan Syarif Kasim Riau dengan judul "Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Publikasi Humas di SMAN 1 Rengat. Penelitian ini membahas tentang pengelolaan media sosial sebagai media publikasi humas di SMAN 1 Sarengat. Persamaan

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

penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu pembahasan mengenai media sosial yang digunakan sebagai media publikasi humas di lembaga pendidikan. Sedangkan perbedaannya yaitu hanya terdapat pada tempat penelitian yang dilakukan.

Dan juga penelitian yang ditulis oleh Ayu Masniati Sugiarti Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang berjudul "Strategi Pengembangan Media Sosial Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School Yogyakarta". Penelitian ini membahas tentang bagaimana kondisi program pesantren di tengah perkembangan teknologi dan strategi pengembangan media sosial MBS di Yogyakarta. Persamaan penelitian ini yaitu terkait penggunaan media sosial di lingkungan pondok pesantren. sedangkan perbedaannya yaitu peneliti lebih berfokus pada media sosial yang digunakan sebagai media publikasi humas. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media publikasi humas dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan media sosial sebagai media publikasi humas.

METODE

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 tentang apa yang diamati, seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dll. Kelebihan 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 tujuannya dapat disampaikan kepada pihak lain.⁴ Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, pemecahan menjadi unit-unit terpisah, sintesis, pembeintukan pola, pemilihan aspek yang signifikan untuk

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

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

dipeilajari, seirta peinarikan keisimpulan yang dapat dijelaskan keipada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan manajemen media sosial sebagai media publikasi humas

Pondok pesantren ini memulai kehadirannya di media sosial dengan membuat fanpage Facebook untuk pertama kalinya pada tahun 2014. Inisiatif ini dilakukan oleh Ustadz Dzulfikar. Pada tahun 2015, pondok pesantren meluncurkan website resmi yang juga pertama kali dibuat dan dikelola oleh Ustadz Dzulfikar hingga tahun 2017. Pada tahun 2018 hingga 2021, website tersebut dikelola oleh Mas Gatot yang pada saat itu menjabat sebagai IT pondok. Mulai tahun 2022 hingga sekarang, pengelolaan website kembali ke tangan Ustadz Dzulfikar. Selanjutnya, pondok pesantren memperluas jangkauan media sosialnya dengan membuat akun Instagram dan Twitter pada tahun 2019. Kedua platform ini awalnya dibuat oleh bagian kesekretariatan pondok, yaitu Ustadz Mukhlis. Namun, pada tahun 2021, tanggung jawab pengelolaan Instagram dan Twitter beralih ke Ustadz Dzulfikar, yang sebelumnya telah berpengalaman dalam mengelola fanpage Facebook dan website pondok.

Selama bertahun-tahun, pondok pesantren menunjukkan komitmen yang kuat untuk hadir di dunia digital dan media sosial, dengan memastikan adanya konten yang teratur dan dikelola dengan baik. Upaya ini tidak hanya meningkatkan visibilitas pondok pesantren di mata masyarakat luas tetapi juga memperkuat komunikasi dan interaksi dengan para santri, wali santri, serta masyarakat umum. Melalui platform-platform ini, pondok pesantren dapat menyebarkan informasi penting, mengumumkan kegiatan, dan menjaga hubungan yang lebih erat dengan komunitasnya. Perjalanan pondok pesantren dalam mengelola media sosial dan website mencerminkan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi dan komunikasi modern. Dengan pengelolaan yang bergantian namun terstruktur, pondok pesantren berhasil mempertahankan kualitas dan konsistensi dalam menyajikan informasi kepada publik. Keseluruhan usaha ini menunjukkan dedikasi pondok pesantren dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung visinya dan membangun komunitas yang lebih terhubung dan terinformasi a) Perencanaan penetapan dan pemilihan konten media sosial pondok pesantren yang meliputi pemetaan konten, yaitu memilih dan memilih jenis-jenis konten yang ingin disajikan kepada para audiens. Adapun konten yang direncanakan dan sudah terealisasikan yaitu konten info majlis, kalam hikmah, mutiara hikmah, kisah hikmah, wadhifah, info grafis, e koran, ucapan, dan

dokumentasi. b). Penggunaan platform dan fitur-fitur yang sesuai 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. Di manajemen media sosial pondok pesantren sendiri perencanaan platform fitur-fitur seperti mentions, lokasi dan mengaktifkan fitur follow, like, dan share sudah dilakukan, walaupun terkadang masih ada beberapa konten yang belum menggunakan tagar yang sesuai dengan konten yang diunggah. Akan tetapi dalam penulisan mentions media pondok sudah melakukan penulisan sesuai dengan yang diunggah di akun medianya.

Selain perencanaan konten dan fitur-fitur, perencanaan sumber daya yang ada juga perlu dilakukan. Perencanaan ini mencangkup 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.

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.

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

Bagian kesekretariatan pondok, yang bertanggung jawab langsung atas media, biasanya mengelola berbagai aspek administratif dan operasional pondok pesantren. Dengan media berada di bawah bagian ini, ada kemungkinan bahwa konten yang dihasilkan lebih terfokus pada aspek-aspek administratif, pengumuman resmi, kegiatan internal, dan informasi yang berhubungan langsung dengan operasional pondok pesantren. Kesekretariatan memiliki akses langsung ke berbagai informasi penting dan memiliki wewenang untuk memastikan bahwa informasi tersebut disebarluaskan dengan tepat dan akurat. Di sisi lain, bagian humas (hubungan masyarakat) pondok pesantren biasanya berfokus pada membangun dan memelihara hubungan dengan pihak luar, termasuk masyarakat luas, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan tidak berada di bawah naungan bagian humas, media pondok pesantren memungkinkan memiliki pendekatan yang lebih internal dan administratif dalam penyebaran informasi. Namun, ini tidak berarti bahwa komunikasi dengan pihak luar diabaikan, hanya saja, prioritas utama mungkin lebih cenderung pada penyampaian informasi yang bersifat internal dan operasional.

Meskipun demikian, bagian kesekretariatan pondok perlu memastikan bahwa media pondok pesantren tetap berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif antara pondok pesantren dan masyarakat. Ini dapat dicapai dengan terus menjalin kerja sama yang erat dengan bagian humas untuk memastikan bahwa semua informasi yang perlu disampaikan kepada publik tetap tersebar dengan baik. Kesimpulannya, penempatan media pondok pesantren di bawah naungan bagian kesekretariatan menunjukkan fokus pada efisiensi operasional dan keakuratan informasi internal. Namun, untuk mencapai komunikasi yang holistik dan efektif, kolaborasi antara kesekretariatan dan humas tetap penting, terutama dalam konteks membangun citra pondok pesantren di mata publik dan menjangkau audiens yang lebih luas.

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.⁵

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 melakukan penulisannya unggahannya, seperti *caption* yang sesuai dengan konten yang diunggah dan juga dengan penulisan lokasi yang sesuai. Akan tetapi untuk tagar, media pondok pesantren sudah menggunakan dibeberapa 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

⁵ Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Mandar maju, 2011), 84

komentar sudah dilakukan, sedangkan di dalam pesan pribadi kebanyakan *follower* memberi *mention* dihalaman *storynya* sehingga masuk ke dalam pesan pribadi, dalam hal ini media pondok pesantren tidak semuanya 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.

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.

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.⁶

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 kabid kesekretariatan di setiap bulannya. Evaluasi rutin yang diadakan yang ke dua 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.

Faktor pendukung dan penghambat manajemen media sosial sebagai media publikasi humas.

Yang dimaksud faktor pendukung adalah semua elemen yang berperan dalam membantu, menyokong, memperlancar, menunjang, dan mempercepat suatu proses atau kejadian. Faktor-faktor ini dapat berupa sumber daya, kondisi, atau tindakan yang memberikan kontribusi positif dan mendorong tercapainya tujuan tertentu. Di sisi lain, faktor penghambat adalah semua elemen yang berperan dalam menghalangi, menahan, atau memperlambat terjadinya suatu proses atau kejadian. Faktor-faktor ini dapat berupa kendala, keterbatasan, atau kondisi negatif yang menyebabkan terjadinya hambatan dalam mencapai tujuan tertentu.

⁶ Ahmad Sabri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Cet. I; Jakarta: Ciputat Press, 2005), 138

Secara ringkas, faktor pendukung mempercepat dan memfasilitasi suatu proses, sedangkan faktor penghambat memperlambat dan menghalangi proses tersebut. Berdasarkan penjabaran teori di atas faktor pendukung manajemen media sosial sebagai publikasi humas di Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya yaitu SDM yang dapat menggali potensi diri dan bisa mengikuti perkembangan zaman, sehingga konten yang disajikan lebih kekinian dan menarik, sehingga audiens tidak merasa bosan dengan konten yang diunggah. Sedangkan untuk faktor penghambat utama dalam manajemen media sosial di pondok pesantren sebagai media publikasi humas ini adalah:

- a) Adanya keterbatasan dalam sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA). Salah satu hambatan signifikan adalah SDM yang bekerja secara mandiri. Ketika SDM harus bekerja sendiri tanpa tim yang mendukung, berbagai aspek dari manajemen media sosial dapat terabaikan atau tidak dilakukan secara maksimal.
- b) Waktu pengelolaan media sosial yang berbenturan dengan waktu mengajar juga merupakan faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial. Karena waktu dapat membatasi kreativitas, kolaborasi, dan efisiensi dalam mengelola tugas-tugas media sosial seperti perencanaan konten, pembuatan konten, penjadwalan, monitoring, dan analisis data. Ini juga meningkatkan beban kerja individu yang dapat menyebabkan kelelahan dan menurunkan kualitas output. Tanpa dukungan tim yang kuat, sulit untuk menciptakan strategi media sosial yang holistik dan efektif.
- c) Tidak adanya jadwal atau timeline yang dibuat dalam waktu tertentu sehingga pembuatan konten masih berdasarkan waktu luang pengelola media sosial.
- d) Konten yang disajikan mengenai kegiatan pondok pesantren masih kurang. Dapat dilihat dari konten yang ada di akun instagram pondok pesantren, memang jarang ditemui mengenai kegiatan-kegiatan pondok pesantren yang mana hal ini sangat berpengaruh terhadap citra pondok pesantren sendiri.

- e) Pihak humas (public relation) yang tidak ikut andil dalam media sosial, hal ini mengakibatkan konten yang disajikan kurang membawakan citra pondok pesantren.
- f) Keterbatasan sumber daya alam (SDA) yang seadanya menambah tantangan dalam manajemen media sosial di pondok ini. SDA yang terbatas mungkin berarti pondok ini tidak memiliki akses ke teknologi dan peralatan yang memadai, seperti komputer, perangkat lunak, kamera, atau koneksi internet yang stabil. Keterbatasan ini dapat menghambat produksi konten berkualitas tinggi, seperti foto dan video yang menarik, yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens di platform media sosial.
- g) Anggaran yang terbatas dan harus menyesuaikan dengan keuangan pondok pesantren, hal ini dapat dilihat dalam fasilitas yang diberikan kepada pihak pengelola akun media pondok pesantren.

Kombinasi dari berbagai faktor penghambat di atas menciptakan hambatan signifikan dalam pengelolaan media sosial di pondok ini. Untuk mengatasi hambatan ini, pondok perlu mencari solusi seperti mengembangkan tim media sosial yang lebih terstruktur dan kolaboratif serta mencari sumber daya tambahan. Membuat jadwal posting, melibatkan humas dalam pembuatan konten, dan juga melengkapi SDA untuk operasional media sosial. Dengan demikian, pondok dapat meningkatkan manajemen media sosialnya, mencapai tujuan komunikasinya dengan lebih baik, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

KESIMPULAN

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.Faktor pendukung dalam manajemen media sosial sebagai media publikasi humas di pondok pesantren ini yaitu SDM yang mengikuti perkembangan zaman sehingga konten yang ditampilkan dapat menarik sesuai dengan kebutuhan zaman. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu SDM yang bekerja secara mandiri, tidak terlibatnya humas dalam pembuatan konten, waktu pengelolaan yang sering berbenturan dengan waktu lain, tidak adanya jadwal posting, terbatasnya anggaran yang ada, kemudian SDA yang seadanya, yang mengakibatkan manajemen media sosial menjadi kurang optimal.

REFERENCES

- Abdillah, A. Leon, *Peran Media Sosial*, (Palembang: Bening media publishing, 2022).
- Ahmad Sabri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Cet. I; Jakarta: Ciputat Press, 2005)
- Budiman, dkk, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur", dalam Jurnal Ranah Komunikasi, (No 1, Vol 3, 2019).
- Cahyono Anang Sugeng, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, dalam Jurnal Publiciana Vol 9 No 1 2026.
- Dakir, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*, (Yogyakarta, K-Media: 2018).
- Didik Susilo, "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Jasa Pendidikan" dalam Jurnal Pencerahan STB Syailendra, (No. 1, Vol. 11 2018).
- Erika Dwi S.W, "Komunikasi dan Media Sosial (Communication and Social Media)", dalam jurnal The Mesenger, (No 1, Vol 3, 2011), 69
- Hamdani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)
- Hannah Mahfuzhah dan Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan", dalam jurnal Al-tanzim jurnal manajemen pendidikan Islam, (No 2, Vol 2, 2018).

- Juhji dkk, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung, Widina Bhakti Persada Bandung: 2020).
- Mohammad Arif, "Perkembangan Pesantren Di Era Teknologi" dalam Neliti Journals, (No. 2, Vol. XXVIII 2013/1434).
- Muhammad Rizal Tsani, Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujudiyah Demak, (Skripsi, UIN Walisongo, 2022).
- Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2009), 208
- Muawahid Sulhan dan Soim, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Dasar Menuju Peningkatan Mutu Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2013).
- Nurul Yuni Wahyuni, "pencitraan: Upaya membangun Public Opinion Bagi Lembaga pendidikan Islam" dalam Jurnal Al-tanzim Jurnal Pendidikan Islam, (No 1, Vol 2, 2018)
- Puntoadi, Danis, Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media, (Jakarta, PT. Elex Media Kumpotindo: 2011).
- Rahmat Abdul, *Manajemen Pendidikan Nonformal*, (Ponorogo: Wade, 2017).
- Rahmat Hidayat dan Abdillah, Ilmu Pendidikan, Konsep, Teori dan Aplikasinya, (Medan, LPPPI: 2019).
- Rahmat. A, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016).
- Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Mandar maju, 2011)
- Syafaruddin, *Manajemen Organisasi Pendidikan perspektif Sains dan Islam*, (Medan, Perdana Publishing: 2015)
- Taufiqurokhman, Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan, (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama: Jakarta, 2008)
- Dzulfikar, (Pj Media Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya), wawancara, Surabaya, 29 Juni 2024
- Lukman (PJ Humas Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah), Wawancara, Surabaya, 16 Juni 2024.
- Muhlis, (Kabid kesekretariatan Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya), wawancara, Surabaya 6 Juni 2024