

PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA PONDOK PESANTREN NURUL MUSTAFA AL-HUSAINI

Andi Yusika Rangan¹, Amelia Yusnita², Siti Qomariah^{3*}

STMIK Widya Cipta Dharma^{1,2}, UIN Sultan Aji Muhammad Idris³

Corresponding Author*: sqomariah.iainsmd@gmail.com

Abstract

Public relations (public relations) are one of the processes in building the image of an institution. Social media has emerged as a flexible and informative means of communication. Social media is one of them because of features such as sharing text or writing, photos and videos. with assistance carried out in terms of making social media, processing content and publishing content on facebook, instagram and youtube, boarding school administrators can interact with the wider community, improve the image of the institution despite the limited human resources and funding with the right digital branding strategy.

Keywords: *public relations; branding; social media.*

Abstrak

Publik relation (hubungan masyarakat) adalah salah satu proses dalam membangun citra suatu lembaga hal ini lah yang diperlukan oleh pondok pesantren nurul mustafa al husaini, agar pondok pesantren serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan juga diketahui oleh masyarakat luas.dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini dimana media sosial muncul sebagai salah satu sarana komunikasi yang fleksibel dan informatif. media sosial salah satunya karna adanya fitur seperti berbagi teks atau tulisan, foto dan video. dengan pendampingan yang dilakukan dalam hal pembuatan media sosial, pengolahan konten dan publikasi konten di facebook, instagram dan youtube membuat pengurus pondok pesantren bisa berinteraksi dengan masyarakat luas, meningkatkan citra lembaga walaupun ditengah keterbatasan Sumber daya manusia dan pendanaan dengan strategi digital branding yang tepat. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul pendampingan pemanfaat media sosial adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pengurus pondok pesantren Nurul Mustofa al-husaini dalam mengelola media sosial agar meningkatkan citra lembaga

Kata Kunci : *publik relasi ; branding; media social.*

@2021 Penerbit PS2PM FISIPKUM UNSERA

Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya artikel pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis

PENDAHULUAN

Peningkatan pengetahuan bisa dilakukan dengan cara pengabdian masyarakat yang diinisiasi oleh kalangan akademis. Peningkatan pengetahuan bisa berupa pendampingan atau kegiatan pelatihan (Qomariah et al., 2020). Perkembangan teknologi yang saat ini berada pada society 5.0. Di dalam konsep "Society 5.0" ini, manusia akan berperan lebih besar dengan mentransformasi big data menjadi suatu kearifan baru yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan manusia untuk membuka peluang-peluang bagi kemanusiaan demi tercapainya kehidupan bermakna (Wibawa & Agustina, 2019).

Perkembangan teknologi informasi yang sangat luar biasa tidak lepas dari perkembangan Internet. Internet berkembang sebagai network society yang menghubungkan antar satu orang dengan orang lain di satu waktu walau terpisah tempat (Fuqoha et al., 2019).

Semakin pesatnya penggunaan internet di segala bidang mendorong semakin banyaknya pengguna media sosial. media sosial adalah perangkat komunikasi personal yang bertujuan untuk saling berbagi kepada siapa saja baik melalui tulisan, visual maupun audio visual. fitur yang diberikan

berbagai macam seperti fasilitas berbagi teks, gambar, dan video (Setiadi, 2016). Salah satu manfaat dari media sosial adalah membuat branding terhadap suatu institusi, branding artinya penamaan atau pemberian simbol yang merepresentasikan sesuatu baik itu produk, jasa maupun sebuah institusi atau organisasi yang didapat dari persepsi masyarakat (Ferbata & Setianti, 2020). Saat ini dalam perkembangannya muncul istilah digital branding yang erat terkaitnya dengan perkembangan pemanfaatan internet, digital branding adalah mengkomunikasikan image atau citra menggunakan jalur digital (Hidayanto & Kartosapetro, 2020).

Public relation adalah jembatan komunikasi antara sebuah institusi dengan masyarakat luas, sehingga dituntut untuk memiliki sifat dan sikap yang baik dalam penyampaian informasi yang diperlukan mengenai institusi tersebut, sehingga tercipta kepercayaan dan keharmonisan antar institusi dengan masyarakat (Wijaya & Al Amin, 2020). Dalam strategi hubungan dengan masyarakat untuk membuat citra baik dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan sosial atau publikasi pencapaian-pencapaian yang didapat. (Butterick, 2012). Publisitas dalam hal ini yaitu pondok pesantren, salah satu

strategi yang merupakan upaya menjalin hubungan publik antara institusi dalam hal ini pondok pesantren dengan publik atau pihak yang terkait guna menciptakan cita dan mempromosikan sekolah kepada publik atau masyarakat luas (Suryosubroto, 2012).

Sekolah atau pondok pesantren adalah cikal bakal institusi pendidikan Islam di Indonesia dalam pondok pesantren. Pendidikan di pondok pesantren sekarang ini lebih terstruktur dengan dengan kurikulum pesantren dan juga pondok pesantren juga menawarkan pendidikan formal (Syafe'i, 2017).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan metode penelitian dengan urutan proses sebagai berikut :

1. *Pretest* adalah tahapan pertama yang dilakukan dengan memberikan kuisioner pertanyaan-pertanyaan kepada peserta yang mengikuti pendampingan pemanfaatan media sosial agar mengetahui kemampuan dan pengetahuan dari peserta. Sehingga pokok bahasan materi yang diberikan sesuai dengan kemampuan dari peserta.
2. Pemberian materi adalah tahapan

- kedua dimana narasumber pelatihan, penyampaian disesuaikan dengan kemampuan peserta pendampingan, berdasarkan hasil kuisioner pretest.
3. tahapan selanjutnya adalah praktik pada materi-materi yang sudah dipersiapkan. peserta dibimbing langsung untuk mengimplementasikan materi yang didapat dengan yaitu pemanfaatan media sosial.
4. *posttest* adalah tahapan selanjutnya yang dilakukan dimana tahapan ini, dilakukan pengisian kuisioner kegiatan yang telah dilakukan untuk mengukur kembali kemampuan dari peserta pendampingan, dan menilai keberhasilan transfer ilmu yang diberikan.
5. tahapan terakhir adalah penilaian yang dilakukan narasumber terhadap kemampuan peserta. penilaian dilakukan berdasarkan hasil pekerjaan / hasil praktik yang dilakukan oleh peserta pendampingan.

PEMBAHASAN

1. Mitra

Pondok pesantren Nurul Mustafa Al-Husaini adalah pondok pesantren yang didalamnya juga terdapat

madrrasah tsanawiyah atau sekolah sederajat dengan SMP (sekolah Menengah Pertama). kurikulum yang digunakan ada dua yaitu kurikulum pondok pesantren dan kurikulum 2013 yang digunakan untuk pembelajaran di

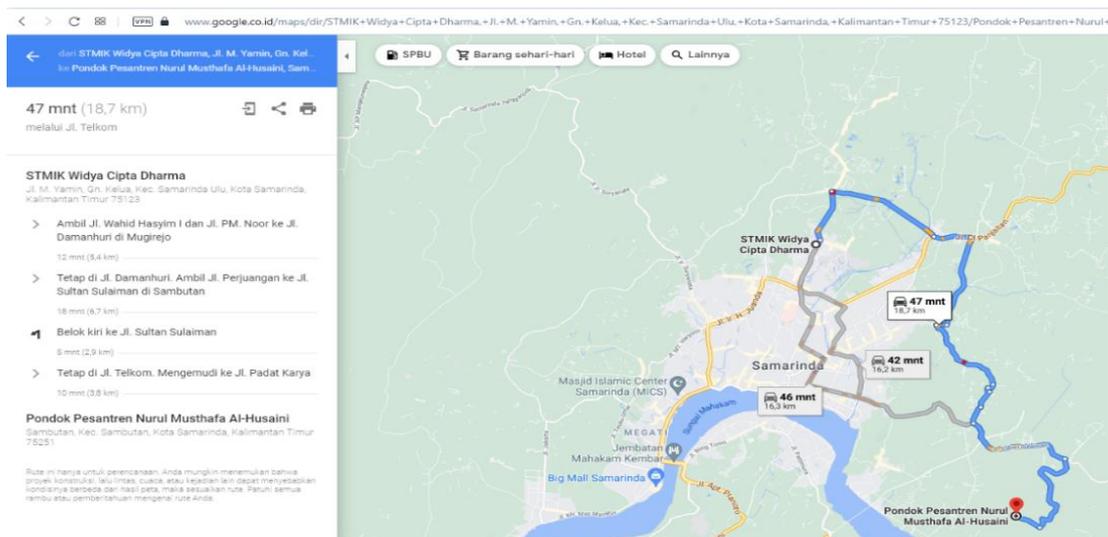
madrrasah tsanawiyah. Tahun pelajaran 2017-2018 siswa 8 orang, guru 7 orang. 2018-2019 siswa 16 orang guru 9 orang. 2019-2020 siswa 27 orang guru 14 orang. 2020-2021 siswa 35 orang, guru 14 orang



Gambar 1. Pondok pesantren Nurul Mustofa Alhusaini

Jarak yang ditempuh dari STMIK Widya Cipta dharma ke pondok pesantren Nurul Mustofa Al-Husaini dengan menggunakan kendaraan roda

empat dilihat menggunakan aplikasi google map sejauh 18.7 KM. hal ini bias dilihat pada gambar 2



Gambar 2. Jarak antara pelaksana dan mitra pengabdian

2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian dilakukan di pondok pesantren nurul mustofa al-husaini yang dilaksanakan selama 2 hari tanggal 23-24 januari 2021. Adapun materi yang diberikan selama pendampingan adalah :

a) pembuatan berbagai akun media social

Pada materi ini peserta pendampingan diajarkan cara membuat akun di berbagai media social, tidak hanya satu media social tetapi juga beberapa media social.

b) cara pembuatan konten berita kegiatan.

Pada materi ini peserta pendampingan diajarkan cara memberikan narasi dan pilihan kata untuk publisitas kegiatan yang dilakukan pondok pesantren.

c) impact foto

Pada materi ini, materi yang diberikan adalah pemilihan engkel foto yang baik serta pilihan tagline yang disematkan di foto agar pembaca hanya dengan melihat foto yang dipublis memahani maksud dan tujuan yang ingin

disampaikan.

d) SEO

Search Engine Optimization (pengoptimalisasian mesin pencari) bagaimana kegiatan atau informasi mengenai pondok pesantren, maka pondok pesantren nurul mustofa al-husaini yang akan masuk di list urutan pertama dipencarian.

e) cara live streaming

pada materi ini mengejarkan bagaimana pemanfaatan fitur pada media social, agar kegiatan yang sekarang dilakukan diketahui masyarakat secara realtime.

3. Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat.

Sebelum pelatihan dilakukan maka diadakan kegiatan pretest. Pertanyaan yang diberikan mengenai pemanfaatan media sosial dan lain-lain, hal ini dilakukan untuk mengetahui pengetahuan awal mitra terhadap media sosial. Pertanyaan pertama yang diberikan kepada mitra adalah media sosial apa saja yang digunakan?, presentasi dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1
Media sosial yang diketahui mitra

No	Jawaban	Jumlah	Presentasi
1	Facebook	2	100%
2	Intagram	2	100%
3	Twitter	2	100%
4	WhatsApp	2	100%
5	Youtube	2	100%

Sumber : kuisoner pretest, 2021

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa peserta pendampingan mengetahui beragam media sosial yang ada. Pertanyaan kedua yang diberikan kepada mitra adalah media sosial apa

yang digunakan dalam publisitas pondok pesantren? jawaban yang diberikan dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2
Media sosial yang digunakan untuk publisitas

No	Jawaban	Jumlah	Presentasi
1	Facebook	2	100%
2	Intagram	0	0
3	Twitter	0	0
4	WhatsApp	0	0
5	Youtube	0	0
6	Belum ada	0	0

Sumber : kuisoner pretest, 2021

Pada tabel 2 menunjukkan media sosial yang digunakan baru facebook saja. Pada pertanyaan selanjutnya apakah peserta mengetahui cara

publikasi foto atau gambar yang serta SEO serta fitur *live streaming*, jawaban dapat dilihat di tabel 3 di bawah ini

Tabel 3
Pengetahuan impac foto dan SEO

No	Jawaban	Jumlah	Presentasi
1	Mengetahu	0	0
2	Tidak Mengetahui	2	100%

Sumber : kuisoner pretest, 2021

Pada tabel 3 terlihat peserta pendampingan belum mengetahui mengenai materi impack foto dan SEO dalam meningkatkan publisitas pondok pesantren.

Kegiatan pengabdian yang sudah dilakuakn selama dua hari dengan jumlah peserta sebanyak dua orang sedangkan pelaksanaan kegiatan dilakuan oleh tiga orang dosen yang bersal dari STMIK Widya cipta dharma dan UIN sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, setelah kegiatan selesai dilaksanakan tahapan selanjutnya yang dilakuakn adalah tahapan evaluasi kegiatan. untuk tahapan evaluasi peserta pendampingan diminta mengisi kuisisioner post test dengan

pertanyaan yang sama dengan pertanyaan pretest, jawaban kuisisioner posttest dirangkum sebagai berikut setelah dilakuakan pada kegiatan ini, peserta memliki pengetahuan berbagai media sosial yang bisa digunakan untuk publisitas pondok pesantren seperti facebook, instagram, twitter dan lain-lain. sekarang tidak hanya facebook saja yang digunakan tetapi untuk madrasah tsnawiyahnya juga mengunakanana instagram. selain pertanyaan yang sama dengan kuisisioner prestest, peserta juga diberikan pertannyaan apakah kegiatan ini meningkatkan kemampuan peserta pendampingan ? jawaban pada pertanyaan ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini

Tabel 4

Peningkatan Pengetahuan

No	Jawaban	Jumlah	Presentasi
1	Ya	2	100%
2	Tidak	0	0

Sumber : kuisisioner *posttes*, 2021

Berdasarkan tabel 4, peserta mengalami peningkatan pengetahuan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan.

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan ini dalam rangka pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakuakn oleh

dosen-dosen yang bersal dari STMIK Widya Cipta Dharma dan UIN Sultan Aji Muhammad Idris yang bekerja sama denga mintra Pondok pesantren Nurul Mustafu Al-Husaini.

Peserta yang mengikuti kegiatan ini hanya dua orang saja karna yang bertugas untuk publisitas pondok pesantren hanya dua orang saja.

Output yang didapatkan dari kegiatan ini adalah mitra atau peserta tau cara membuat akun dan mengelola akun media sosial, membuat konten berita, foto, SEO dan cara live Streaming Peserta sangat bersemangat, memiliki keingintahuan tahun yang besar, tetapi karna terbatasnya waktu kegiatan disarankan agar kegiatan ini berkelanjutan menjadi kegiatan mingguan atau bulanan agar ketersinambungan materi terus berlanjut. dengan kegaitan yang rutin dilakukan maka akan meningkatkan kemampuan seperti editing video, pengambilan gambar, mengolah konten dan lain-lain.

Referensi

- Butterick, K. (2012). Pengantar public relations: teori dan praktik. *Jakarta: Rajagrafindo Persada.*
- Ferbita, L. V., & Setianti, Y. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna, 16(2).*
- Fuqoha, F., Anggraini, A. P., & Apipah, N. D. (2019). Peningkatan Digital Literasi Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial Melalui Program "Room of Law" Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Serang. *BANTENESE: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, 1(1).*
- Hidayanto, S., & Kartosapoetro, I. S. (2020). Strategi digital branding pada startup social crowdfunding: Studi kasus pada kitabisa. com. *Jurnal KOMUNIKATIF, 9(1), 19–33.*
- Qomariah, S., Rangan, A. Y., & Yusnita, A. (2020). Peningkatan Pengetahuan Pembuatan Game dalam Rangka Pengenalan Industri Kreatif pada Siswa di Madrasah Aliyah An-Nur Samarinda. *BANTENESE: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, 2(2), 110–119.*
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora, 16(2).*

- Suryosubroto, B. (2012). *Hubungan sekolah dengan masyarakat*. Rineka Cipta.
- Syafe'i, I. (2017). Pondok pesantren: Lembaga pendidikan pembentukan karakter. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 61–82.
- Wibawa, R. P., & Agustina, D. R. (2019). Peran pendidikan berbasis higher order thinking skills (hots) pada tingkat sekolah menengah pertama di era society 5.0 sebagai penentu kemajuan bangsa indonesia. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(2), 137–141.
- Wijaya, I. S., & Al Amin, M. (2020). Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda. *LENTERA*, 4(2).