

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PONDOK
PESANTREN DARUL HIJRAH PUTRI DALAM
MEMBANGUN CITRA LEMBAGA MELALUI
MEDIA SOSIAL**



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Oleh:
Nordina Yunira
NIM 19102010019**

**Pembimbing:
Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum.
NIP 19700125 199903 1 001**

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1290/U.n.02/UD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN DARUL HURAH PUTRI
DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA MELALUI MEDIA SOSIAL.

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NORDINA YUNIRA
Nomor Induk Mahasiswa : 191102010019
Tetap ditujikan pada : Jumat, 21 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



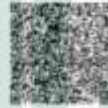
Ketua Panitia
Dr. Kholidi, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Yakud ID: 6460232000



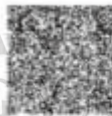
Panitia I
Dr. H. M. Kholidi, M.Si
SIGNED

Yakud ID: 6460013650



Panitia II
Iman Wihono, M.L.Kom
SIGNED

Yakud ID: 6460013650



Yogyakarta, 21 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. H. Mubandah, M.Pd.
SIGNED

Yakud ID: 6460013650

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum w.r.w.b.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:


Nama : Nordina Yunita
NIM : 19102010019
Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.


Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 08 Juli 2023

Pembimbing,


Dr. Khadiq S. Ag. M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

Mengetahui
Ketua Prodi


Namang Muryati Hayam, S.Sos., M.Si
NIP. 19840307 201101 1 013

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Nordina Yumira
NIM 19102010025
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul *Manajemen Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 08 Juli 2023

Yang menyatakan,



Nordina Yumira
NIM 19102010019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nordina Yunira
Tempat dan Tanggal Lahir : Sampit, 16 Juni 2001
NIM : 19102010019
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jl. H. Abdul Kadir No. 204
No. HP : 085651129439

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 08 Juli 2023



Nordina Yunira

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya dirumah yang tidak lelah berjuang dan berusaha keras untuk bisa memberikan saya pendidikan yang layak hingga menjadi seorang sarjana.

Skripsi ini juga menjadi salah wujud bakti saya kepada orang tua karena merekalah menjadi alasan untuk saya bisa bertahan hingga sampai ada pada titik ini.

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada keluarga dan sahabat saya yang selalu menjadi pendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Tidak lupa juga saya persembahkan skripsi ini untuk Almameter kebanggan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Anak muda urat malunya jangan terlalu kencang apalagi serba gengsi. Kenapa mesti takut malu untuk melakukan sesuatu yang tidak merugikan orang. Justru stok malu-maluinya dihabiskan di masa muda saja supaya ketika sudah tua dan berkuasa tidak malu-maluin lagi

(Najwa Shihab)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah Swt. atas berkah dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Manajemem Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial”. Sholawat serta salam tak lupa juga tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad *Shallallahu alaihi wasallam*, yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga terang-benderang seperti sekarang ini.

Penulisan skripsi ini tentu menjadi salah satu syarat bagi penulis untuk memenuhi tugas akhir agar mencapai gelar Sarjana Sosial. Tidak dipungkiri bahwa membutuhkan banyak usaha dan kerja keras baik secara fisik maupun nonfisik dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Akan tetapi berkat kesungguhan hati dan juga dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi dapat diselesaikan dengan waktu yang terbaik. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis ingin mengucapkan beribu kata terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si selaku Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran-saran selama perkuliahan.
5. Bapak Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh Bapak, Ibu dosen dan Segenap civitas akademik di Program Studi Komunikasi Dan penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu, pengetahuan, pembelajaran dan juga dukungan kepada penulis.
7. Kepada orang tua penulis, Bapak Astono dan Ibu Ernawati yang telah memberikan semangat baik secara material maupun nonmaterial. Doa-doa yang selalu dipanjatkan setiap hari inilah menjadi hasil

untuk penulis mendapat gelas sarjana. Tak lupa juga, untuk wiwi dan bang ara yang selalu mayakinkan penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

8. Ustadz Yunizar Ramdhani, Ustadz Wahyu Nurdiansyah, Ustadz Muhammad Salim Abror, Ustadz Adi Mariyadi, dan Ustadzah Gealita Pangestu, Ustadzah Najmi Khalisa yang telah membantu penulis dalam kelancaran baik memberikan data ataupun dokumen yang sangat diperlukan dalam skripsi ini.
9. Teman-Teman dekat penulis yang tentunya terlalu panjang untuk saya sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak telah menemani dan memberi semangat untuk saya bisa sampai ada di titik ini.
10. Teman seperjuangan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019 yang telah berjuang bersama dan sudah menjadi teman baik selama di bangku perkuliahan.
11. Teman- teman KKN 108 Mandiri Desa Kertaharja yang sudah memberikan pengalaman baru dan juga cerita baru selama dunia perkuliahan.
12. Last but not least, terima kasih kepada semua orang yang telah sengaja ataupun tidak sengaja hadir di

hidup penulis. Terima kasih telah memberikan penulisan banyak masukan dan juga pembelajaran untuk menjadikan penulis menjadi pribadi yang lebih baik ke depannya.

Semoga kebaikan yang kalian berikan semua kepada penulis bisa mejadikan ladang pahala di akhirat dan semoga Allah swt. membalas kebaikan dengan keberkahan hidup. Dalam penulisan skripsi ini tentu sangat jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap semoga skripsi ini menja manfaat untuk banyak orang dan bisa digunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Nordina Yunira

19102010019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Media sosial dalam sebuah lembaga menjadi sebuah media komunikasi untuk memperkenalkan lembaga dan membangun citra lembaga di masyarakat. Sama hal yang dilakukan oleh lembaga pendidikan islam yang ada di Kalimantan selatan yaitu Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Meskipun secara lokasi pondok pesantren ini jauh dari pusat kota. Namun eksistensi pondok pesantren ini masih terasa hingga kini. Dengan latar belakang tersebut, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra melalui media sosial.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan memadukan konsep manajemen komunikasi dengan pendekatan teori manajemen oleh George R. Terry yaitu Planning, Organizing, Actuating, Controlling. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa tahapan manajemen komunikasi yang sudah terlaksanakan dengan baik namun masih terdapat pelaksanaan manajemen komunikasi yang masih belum dijalankan dengan maksimal. Media sosial juga cukup efektif menjadi perantara pondok pesantren dalam membangun citra lembaga yang baik.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Media Sosial, Pondok Pesantren

ABSTRACT

Social media in an institution becomes a medium of communication to introduce the institution and build the image of the institution in society. The same thing is being done by Islamic educational institutions in South Kalimantan, namely the Darul Hijrah Putri Islamic Boarding School. Even though the location of this Islamic boarding school is far from the city center. But the existence of this Islamic boarding school is still felt today. With this background, the author has an interest in researching how communication management is carried out by the Darul Hijrah Putri Islamic Boarding School in building image through social media.

In this study, the authors used a qualitative descriptive research method by combining the concept of communication management with the management theory approach by George R. Terry namely Planning, Organizing, Actuating, Controlling. This research data collection method is in-depth interviews, observation and documentation. The results of this study are that there are several stages of communication management that have been carried out properly but there are still implementations of communication management that have not been carried out optimally. Social media is also quite effective as an intermediary for Islamic boarding schools in building a good institutional image.

Keywords: Communication Management, Social Media, Islamic Boarding Schools

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .	iii
HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	6
F. Kerangka Teori	8
G. Kerangka Pemikiran	26
H. Metode Penelitian	27
I. Sistematika Pembahasan	33
BAB II	36

GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN	
DARUL HIJRAH PUTRI.....	36
A. Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri	36
B. Kepengurusan Harian Pondok Pesantren	38
C. Sarana dan Prasarana Kepengurusan Harian Pondok Pesantren	40
D. Profil Informan Kepengurusan Harian Pondok Pesantren	43
BAB III	45
ANALISIS MANAJEMEM KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA.....	45
A. Perencanaan atau <i>planning</i> Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga	46
1. Menentukan tujuan.....	46
2. Merencanakan Sebuah Pesan.....	48
3. Menetapkan Komunikator.....	50
4. Penggunaan media	50
5. Khalayak.....	53
B. Pengorganisasian atau Organizing Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga.....	58
1. Departementalisasi	59
2. Pembagian Kerja	60

C. Penggerakan atau <i>actuating</i> Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga	64
1. Kerjasama Internal	65
2. Kerjasama Eksternal	74
3. Membangun Semangat, Dukungan dan Motivasi	78
D. Pengawasan atau <i>Actuating</i> Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga	83
1. Pre-Post Media Sosial	83
2. Pra -Post Media Sosial	85
BAB IV	89
PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96
A. Transkrip Wawancara	96
B. Daftar Riwayat Hidup	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sarana dan Prasarana Kepengurusan Harian Pondok.....	41
Tabel 2.2 Media Sosial Pondok.....	53
Tabel 3.1 Pembagian Tugas.....	62
Tabel 3.2 Ngobral “Ngobrol Bareng Alumni”	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Top Media Sosial 2023	22
Gambar 1. 3 Logo <i>Facebook</i>	23
Gambar 1. 3 Logo <i>Youtube</i>	24
Gambar 1. 4 Logo <i>Whatsapp</i>	24
Gambar 1. 5 Logo <i>Instagram</i>	25
Gambar 2.1 Logo Pondok Pesantren	36
Gambar 2.2 Ruang Kerja	40
Gambar 2. 3 Tripod	43
Gambar 2. 4 Lemari Penyimpanan	43
Gambar 2. 5 Meja Live Streaming	43
Gambar 3. 1 Dokumentasi Hasil Kerja Dalam <i>Planning</i> atau Perencanaan	57
Gambar 3. 2 Dokumentasi Hasil Kerja Dalam Pengorganisasian atau <i>organizing</i>	63
Gambar 3. 3 Siaran Langsung	65
Gambar 3. 4 Video Pendek Bulan Ramadhan	67
Gambar 3. 5 Video Pendek Keislaman	68
Gambar 3.6 Vlog Takmir Ramadhan	70
Gambar 3. 7 Kegiatan Bedah Buku Bersama Santriwati.	71
Gambar 3. 8 Video Promosi	73
Gambar 3. 9 Bentuk Kerjasama <i>Eksternal</i> Bersama Alumni	75
Gambar 3. 10 Komentar <i>followers</i> di <i>instagram</i>	77

Gambar 3.11 Keterlibatan Pimpinan Pondok Dalam Media Sosial.....	78
Gambar 3. 12 Dokumentasi Hasil Kerja Dalam <i>Actuating</i> atau Penggerakan.....	81
Gambar 3.13 Screenshoot Konten Media Sosial Tiktok .	86
Gambar 3.14 Dokumentasi Hasil Kerja Dalam Controlling atau Pengawasan	87



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Pendidikan Islam menjadi tujuan orang tua untuk membentuk kepribadian dan merubah tingkah laku anak ke arah yang lebih baik. Salah satu Lembaga Pendidikan Islam ini ialah pondok pesantren. Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan islam yang mempelajari ilmu-ilmu agama islam sebagai kajian utama dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Pondok pesantren tentu memiliki peranan yang besar dalam mencerdaskan generasi bangsa terlihat dari pemimpin Indonesia yang masa kecilnya besar di pondok pesantren seperti K.H. Wahid Hasyim, M. Nastir, Mukti Ali, Buya Hamka dan lain sebagainya. Tujuan hadirnya pondok pesantren inilah untuk membentuk kepribadian dan memperbaiki akhlak dan budi pekerti seseorang dengan ilmu pengetahuan.¹

Melalui data Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren Kementerian Agama, pada periode 2020/2021 pondok pesantren yang tersebar di Indonesia ada

¹ Nur Komariah, "Pondok Pesantren Sebagai *Role Model* Pendidikan Berbasis *Full Day School*", *HIKMAH : Jurnal Pendidikan Islam*, (2016), hlm. 185.

sebanyak 30.494 pondok pesantren². Salah satu pondok pesantren yang ada di Indonesia tersebut ialah Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Pondok pesantren khusus perempuan atau santriwati yang ada di pulau Kalimantan. Berlokasi tepat di Desa Batung Cindai Alus, Kec. Martapura, Kab. Banjar Prov. Kalimantan Selatan. Secara lokasi, letak bangunan pondok pesantren ini tergolong jauh dari pusat kota dan keramaian. Namun menariknya pondok pesantren ini masih bertahan hingga sekarang meskipun kenyataannya kini banyak persaingan dengan pondok pesantren lain yang ada di Kalimantan Selatan.

Menurut data Kementerian Pendidikan dan Budaya, Santriwati Darul Hijrah Putri pada tahun ajaran 2019/2020 sebanyak 1.704 orang, tahun ajaran 2020/2021 sebanyak 1.597 orang, tahun ajaran 2021/2022 sebanyak 1.676 orang dan tahun ajaran 2022/2023 sebanyak 1.481 orang³. Data tersebut menggambarkan ketidakseimbangan jumlah santriwati baru setiap tahunnya namun bukan berarti pondok pesantren ini tidak dapat bertahan. Salah satu upaya

² Cindy Mutia Annur, "Kemenag: Ada Lebih dari 30 Ribu Pesantren di Indonesia, Ini Sebarannya", (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/06/kemenag-ada-lebih-dari-30-ribu-pesantren-di-indonesia-ini-sebarannya#:~:text=Berdasarkan%20data%20Direktorat%20Pendidikan%20Diniyah,periode%20tahun%20ajaran%202020%2F2021>) Diakses tanggal 03 Juni 2023 pukul 14.26 wib

³ Data Pokok Pendidkan, "Direktorat Jendral Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah", (Kementerian Pendidikan, kebudayaan, Riset dan Teknologi).

pondok pesantren untuk mempertahankan eksistensi ialah dengan mengendalikan manajemen komunikasi yang mana kegiatan komunikasi ini sekaligus menjadi sebuah perantara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pondok pesantren. Menurut Salim dan Makhsun, pada dasarnya sebuah pondok pesantren itu harus memiliki manajemen yang baik karena sebuah pondok pesantren yang memiliki manajemen yang buruk dapat berdampak pada berkurangnya fungsi dan kualitas dari sebuah pondok pesantren.⁴

Manajemen komunikasi yang dilakukan pondok pesantren mengikuti dengan perkembangan zaman yang mana sekarang. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung saja, namun kini komunikasi mulai beralih dengan komunikasi melalui media sosial. Sehingga untuk manajemen komunikasi juga mengalami perkembangan dengan merambah ke manajemen komunikasi melalui media sosial. Sehingga sekarang media sosial banyak dimanfaatkan oleh lembaga untuk menjadi salah satu tujuan untuk pembentukan citra di masyarakat⁵ Sebab dengan

⁴ Shofiyullahul dan Ria, "Manajemen Pondok Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19, Studi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Kedungadem Bojonegoro", *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, Vol. 3, No. 1, (2020), hlm. 26.

⁵ Ni Luh Kade Diah Pradnya Yoni, dkk, "Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi MEDIUM*, Vol. 1, No. 1, (2017)

adanya citra baik dalam lembaga akan menimbulkan rasa hormat (*respect*), kesan yang baik dan memberi keuntungan kepada lembaga dalam jangka waktu panjang.

Manajemen dalam komunikasi memiliki peranan penting. Sehingga dalam sebuah lembaga manajemen komunikasi memiliki tujuan utama untuk meningkatkan komunikasi dengan orang lain serta memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Manajemen komunikasi juga merupakan perpaduan manajemen dan komunikasi yang diimplementasikan ke dalam kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk membuat pelaksanaan komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Sehingga pesan atau hasil yang diharapkan dari penyampaian informasi dapat sesuai dengan yang diharapkan.⁶

Oleh dari itu, dengan adanya latar belakang tersebut. Penulis tertarik untuk meneliti “Manajemen Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti. Sehingga dapat dirumuskan pokok

⁶ Fifi Hasmawati, “Manajemen Dalam Komunikasi”, Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen, (2018), hlm. 79.

permasalahan dalam penelitian ini yakni “Bagaimana Manajemen Komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah tersebut, maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen komunikasi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra lembaga melalui media sosial.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi atau rujukan bagi penulis yang ingin meneliti terkait manajemen komunikasi dalam membangun citra lembaga melalui media sosial.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah wawasan, pengetahuan ataupun evaluasi untuk Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri ataupun lembaga pendidikan islam lainnya terkait manajemen komunikasi

E. Kajian Pustaka

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Citra Safira, Rr. B. Natalia Pujiastuti dan Sri Syamsiyah Lestari dengan judul “Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun *Public Trust*” pada tahun 2023⁷. Jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan penelitian untuk melihat proses pengelolaan komunikasi oleh ormas kepada public. Hasil dari penelitian ini ialah terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh ormas dalam membangun kepercayaan public yakni dengan tahapan perencanaan, pengelolaan dan evaluasi untuk mengukur keberhasilan yang telah tercapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yakni manajemen komunikasi dan perbedaan penelitian terletak pada teori yang digunakan. Teori yang digunakan dalam penelitian ialah teori *Computer-Mediated Communication*.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Ni Luh Kade Diah Pradnya Yoni, Ni Nyoman Dewi Pascasrani dan I Dewa Ayu Sugiatica Joni dengan judul “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga” pada

⁷ Citra Safira, dkk, “Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun *Public Trust*”, *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 12, No. 1 (Januari 2023) hlm. 26-43.

tahun 2017⁸. Jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini BaleBengong membentuk citra sebagai media jurnalisme warga melalui tahapan riset, perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada tujuan yakni membangun kepercayaan melalui media sosial. Namun perbedaan penelitian ini terletak objek dan teori yang digunakan. Dalam jurnal ini menggunakan teori model prinsip strategi humas M. Cutlip dan Allen H. Centre. Sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan teori fungsi manajemen oleh George R. Terry. Objek dalam jurnal penelitian menggunakan strategi komunikasi sedangkan penelitian penulis terletak pada manajemen komunikasi.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Adelia Masrifah Cahyani dengan Judul Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial pada tahun 2020⁹. Hasil dari penelitian ini ialah humas pemkot

⁸ Ni Luh Kade Diah Pradnya Yoni, dkk, "Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi MEDIUM*, Vol. 1, No. 1, (2017)

⁹ Adelia Masrifah Cahyani, "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani dan Menggali Potensi

Surabaya dalam menyampaikan pesan dan informasi menggunakan media sosial sebagai perantaranya. Pemkot Surabaya juga mengimplementasikan strategi komunikasi yang MBO (*management by objective*). Persamaan dari kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan media yang digunakan ialah media sosial dan menjelaskan secara mendalam terkait komunikasi melalui media sosial. Namun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan MBO (*management by objective*).

F. Kerangka Teori

1. Manejemen Komunikasi

Manajemen komunikasi terdiri dari dua kata yaitu manajemen dan komunikasi. Manajemen merupakan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dengan memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan komunikasi adalah kegiatan dimana individu, kelompok, organisasi atau masyarakat memanfaatkan sebuah informasi agar dapat terhubung dengan lingkungan atau orang lain. Secara sederhana manajemen komunikasi adalah perpaduan antara komunikasi dan manajemen yang diimplementasikan dalam setting komunikasi yang

Masyarakat Melalui Media Sosial”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10, No. 1 (April 2020).

bertujuan agar sebuah komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Oleh karena itu manajemen menjadi langkah awal dalam melakukan komunikasi agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan melalui pesan yang dibagikan kepada orang lain.¹⁰

Beberapa ahli memberikan pengertian dari manajemen komunikasi yang hingga kini terus mengalami perkembangan. Parag Diwan menyebutkan manajemen komunikasi merupakan pengaplikasian sumber daya komunikasi melalui aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan komunikasi agar mencapai tujuan yang telah disepakati. Antar Venus mendefinisikan manajemen komunikasi sebagai proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang diarahkan untuk meningkatkan sebuah efektivitas dan kualitas dari pertukaran pesan.¹¹

Sehingga dalam proses ini manajemen komunikasi diaplikasikan bersamaan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, actuating* dan *controlling* atau biasa di singkat dengan sebutan *P.O.A.C Methode*. Berikut penjelasan terkait manajemen komunikasi yang dipadukan dengan fungsi-fungsi manajemen:

¹⁰ Fifi Hasmawati, "Manajemen dalam Komunikasi", *Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, vol. 5: 6 (2018), hlm. 78.

¹¹ *Ibid*, hlm. 81

a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan meliputi tindakan seperti memilih dan menghubungkan fakta-fakta, membuat dan menggunakan asumsi-asumsi terkait kejadian yang akan datang dalam hal menggambarkan serta merumuskan kegiatan-kegiatan yang diusulkan dan dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan. Singkatnya perencanaan ini merupakan upaya dengan menentukan sebelumnya apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara untuk melakukannya.

Siapa yang membuat rencana tergantung kepada keadaan serta memperhatikan beberapa kemungkinan siapa pembuat rencana tersebut. Dalam arti seorang manajer dapat memberikan tanggung jawab ke individual atau badan tertentu untuk membuat rencana. Pembuat rencana ini dapat diberikan tugas kepada panitia perencana, bagian perencanaan atau tenaga staff.¹²

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi pengorganisasian merupakan mempersatukan sumber-sumber daya pokok dengan cara yang sistematis dan mengatur individual ke dalam sekelompok yang sama. Sehingga mereka dapat

¹² George R. Terry, alih Bahasa DR. Winardi, S.E. "Asas-Asas Manajemen" (Bandung: P.T. Alumni, 2012), hlm. 163.

melaksanakan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengorganisasian ini juga mempersatukan orang-orang pada tugas yang memiliki keterkaitan.¹³

Pengorganisasian juga merupakan sebuah sistem kerjasama sekelompok individual untuk mencapai tujuan bersama, Tujuan ini merupakan sesuatu yang ingin didapatkan. Dengan arti tujuan ini merupakan dasar dari segala kegiatan. Dalam pengorganisasian, sekelompok orang ini ialah konsekuensi logis dari adanya tujuan yang ingin didapat. Mengingat tujuan ini menghadirkan berbagai macam dan jenis pekerjaan yang perlu dan harus ditangani jika ingin sebuah tujuan menjadi kenyataan.¹⁴

c. *Actuating* (Penggerakan)

Dalam buku *Principles of Management* oleh G.R. Terry, penggerakan adalah upaya membangkitkan dan mendorong seluruh anggota kelompok untuk melakukan usaha dengan kerja keras agar mencapai tujuan dengan keikhlasan dan sejalan dengan perencanaan dan usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan. Melalui pengertian diatas menyimpulkan bahwa tercapai atau tidaknya tujuan

¹³ *Ibid*, hlm. 233.

¹⁴ Soekarno K., "*Dasar-Dasar Manajemen*", (Jakarta: C.V. Miswar, 1989), hlm. 84.

dan rencana tergantung kepada bergerak atau tidak semua anggota¹⁵

Oleh dari itu, tercapainya sebuah tujuan bukan bergantung pada *planning* dan *organizing* yang baik, namun juga bergantung pada penggerakan dan pengawasan. Penggerakan tanpa adanya *planning* tidak akan berjalan efektif. Begitupun juga sebaliknya.¹⁶

d. *Controlling* (Pengawasan)

Fungsi terakhir ini bertujuan untuk mengawasi sejauh mana aktivitas perencanaan telah berjalan. Apakah telah berjalan sesuai dengan rencana atau belum terlaksana. Berdasarkan fungsi pengawasan ini menjadi harapan tereliminasi sebuah penyimpangan, dapat memberikan motivasi dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan, dan mampu memperbaiki kesalahan. Menurut George pengawasan ini menjadi bagian dari perencanaan. Oleh karena itu perencanaan dan pengawasan memiliki tingkatan yang sama.¹⁷ Manullang menyebutkan bahwa pengawasan adalah proses untuk menetapkan suatu pekerjaan apa yang telah terlaksana, menilainya dan

¹⁵ Drs. Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1992), hlm. 82

¹⁶ *Ibid*, hlm. 83

¹⁷ Salma Laila Q. dan Faisal Harmonis, "Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com", *Jurnal Audiens*, vol.3: 3 (September, 2022), hlm. 138.

mengoreksi jika diperlukan dengan tujuan agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula.¹⁸

Manajemen komunikasi juga merupakan dasar komunikasi dan fungsi manajemen yang dipadukan dengan kegiatan komunikasi. Sehingga menimbulkan sebuah aktivitas komunikasi yang efektif dan mendapatkan tujuan yang ingin dicapai. Selain itu terkait komunikasi yang ada pada penelitian ini ialah menggunakan teori Lasswell. Harold D Lasswell menyebutkan lima formula komunikasi diantaranya *Who* (siapa yang mengatakan), *Say What* (mengatakan apa), *In Which Channel* (melalui Saluran Apa), *To Whom* (ditujukan kepada siapa), dan *With What Effect* (menimbulkan efek apa). Berdasarkan elemen teori tersebut sehingga suatu hal yang dapat dikatakan komunikasi jika didalamnya terdapat komunikator, pesan, media, komunikasi dan pengaruh.¹⁹

Fungsi Manajemen	Unsur Komunikasi				
	Komunikator	Pesan	Media	Khalayak	Efek
<i>Planning</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Organizing</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Actuating</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Controlling</i>	✓	✓	✓	✓	✓

¹⁸ M. Manullang, "Dasar-Dasar Manajemen", (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), hlm. 172.

¹⁹ Tommy Suprpto, "Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi", (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), hlm. 09.

Melalui tabel yang telah dipaparkan, memperlihatkan pertama yang membuat perencanaan untuk komunikator, pesan, media, khalayak dan rencana yang diinginkan. Kedua, mengorganisasikan komunikator, pesan, media, khalayak serta pengaruh yang diharapkan. Ketiga, menggerakkan komunikator, pesan, media dan pengaruh yang diharapkan. Keempat, mengontrol komunikator, penyajian pesan, penggunaan media, menentukan khalayak dan pengaruh yang diinginkan.²⁰

2. Citra

a. Definisi Citra

Citra merupakan suatu hal yang tidak dapat diukur secara sistematis namun dapat dirasakan berdasarkan hasil dari penilaian yang positif dan negatif yang didapatkan melalui masyarakat ataupun khalayak luas. Penilaian masyarakat ini dapat berkesinambungan dengan rasa hormat, kesan yang baik serta memberi keuntungan terhadap citra suatu lembaga atau suatu produk barang dan jasa pelayannya.²¹ Selain itu, citra juga dengan sengaja dibangun agar dapat menjadi nilai positif terhadap sebuah lembaga atau organisasi. Citra juga menjadi aset terpenting

²⁰ Fifi Hasmawati, "Manajemen dalam Komunikasi", *Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, vol. 5: 6 (2018), hlm. 83.

²¹ Rosady Ruslan, "Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi", (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 75.

dari suatu organisasi karena secara garis besar citra merupakan keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap sebuah objek tertentu.²²

Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merupakan sarana yang dibuat untuk menimbulkan sebuah kesan, gambaran, atau sesuatu yang dirasakan seseorang berdasarkan pengetahuan informasi atau pengalaman yang diterima melalui sebuah objek yang timbul dengan sendirinya ataupun timbul karena sengaja dibangun oleh lembaga atau perusahaan.

b. Jenis-Jenis Citra

Frank Jefkins menyebutkan, citra memiliki dibagi menjadi beberapa jenis. Diantaranya:²³

1) *Mirror Image* (Citra Bayangan).

Citra bayangan merupakan citra yang melekat pada seseorang yang ada di dalam atau anggota organisasi. Biasanya adalah pemimpin dalam organisasi tersebut, mengenai anggapan pihak luar terkait organisasinya.

²² Rosady Ruslan, *“Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi”*, (Jakarta: Rajawali Press, 2017), hlm. 80.

²³ Rosady Ruslan, *“Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi”*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 77-79.

2) *Current Image* (Citra Kini).

Citra kini merupakan sebuah kesan yang baik yang didapatkan orang lain mengenai sebuah organisasi.

3) *Wish Image* (Citra Keinginan).

Citra harapan merupakan citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan.

4) *Corporate Image* (Citra Perusahaan).

Citra perusahaan adalah citra dari sebuah organisasi secara keseluruhan. Sehingga tidak hanya sekedar citra terhadap produk atau pelayanannya saja.

5) *Multiple Image* (Citra Majemuk).

Citra majemuk merupakan citra yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang dapat dibangun oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak sejalan dengan tujuan atau asas organisasi kita.

6) *Performance Image* (Citra Penampilan).

Citra penampilan lebih diperuntukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri

(*Performance Image*) para professional perusahaan yang bersangkutan.

c. Proses Pembentukan Citra

Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto menyebutkan, ada empat elemen dari pembentukan citra. Diantaranya ialah :²⁴

- 1) Persepsi, merupakan sebuah hasil pengamatan dari sebuah lingkungan yang dikaitkan dengan sebuah proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan sebuah makna pada suatu rangsangan dari pengalamannya mengenai rangsangan. Kemampuan dalam memberikan persepsi inilah yang akan melanjutkan proses pembentukan citra. Sebuah persepsi seseorang akan baik jika informasi yang didapatkan oleh rangsangan dapat memenuhi kognisi individu.
- 2) Kognisi, merupakan sebuah keyakinan diri dari seseorang terhadap stimulus keyakinan ini akan hadir jika seseorang diberikan informasi-informasi yang cukup mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- 3) Motivasi, motivasi dan sikap yang ada akan memberi respon seperti yang diinginkan oleh

²⁴ Soeleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, "*Dasar-Dasar Public Relation*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 116

pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.

- 4) Sikap, merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir serta merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap ini bukan prilaku akan tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan prilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap memiliki daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah seseorang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diinginkan dan diharapkan, sikap mengandung aspek evaluatif dengan arti memiliki nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.

3. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial sendiri merupakan sebuah wadah jaringan, dimana individu atau kelompok dapat berinteraksi secara *virtual* atau jarak jauh. Adanya jaringan ini mempermudah seseorang dalam berkomunikasi tanpa menjadikan jarak sebagai sebuah hambatan. Van Dijk

menyebutkan bahwa media sosial merupakan sarana media yang memberi fokus pada eksistensi penggunaanya dengan memfasilitasi mereka dalam melakukan aktivitas maupun berorganisasi.²⁵

Menurut Kurniawan media sosial merupakan media *online* yang mempermudah penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi terkait *blog*, *sosial network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial juga didefinisikan sebagai suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, sehingga membuat penggunaanya dapat bertukar informasi atau pesan pada aplikasi tersebut.²⁶

Melalui definisi beberapa ahli tersebut, media sosial merupakan sebuah aplikasi berbasis teknologi internet yang memberikan kemudahan kepada penggunaanya untuk berbagi, berpartisipasi, berkomunikasi secara jarak jauh dengan menghasilkan sebuah informasi atau pesan.

Media sosial juga memiliki beberapa karakteristik pesan, diantaranya: (a) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang atau orang tertentu saja, akan tetapi

²⁵ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika, Vol 16: 2 (2016)

²⁶ Hasan S. dan Ainun S., "Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU FT Foundation Sebagai Media Informasi dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan", Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10: 2 (2021) hlm. 151.

mengandung pesan yang dapat disampaikan ke banyak orang; (b) Pesan dapat disampaikan secara bebas, dalam arti pesan dapat dibagikan tanpa menggunakan gatekeeper; (c) Pesan yang disampaikan melalui media sosial lebih tergolong cepat dibandingkan media lainnya; (d) Penerima pesan dapat menentukan waktu interaksi terjadi.²⁷

Selain itu, banyak pengaruh yang dirasakan dalam menggunakan media sosial. Diantara dampak penggunaan media sosial sendiri terdapat kelebihan dan kekurangan tersendiri.

a. Kelebihan

1) Melalui media sosial individu dapat menambah pengetahuan. Dalam arti saat seseorang mengakses media sosial maka seseorang akan terhubung dan terjalin interaksi antar individu hingga ke seluruh dunia. Melalui media sosial inilah sebuah pengetahuan seseorang akan bertambah.

2) Melalui media sosial dapat membangun sebuah interaksi sosial antar individu. Dimana dengan adanya interaksi tersebut dapat membuat antar individu melakukan kegiatan berbagi (*share*) informasi atau sebagainya.

²⁷ Indah Permana, Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung, Skripsi, (Bandung: Universitas Pasundan, 2017), hlm. 15.

Sehingga dengan melakukan kegiatan *share* dalam media sosial akan memicu timbulnya sebuah interaksi.

b. Kekurangan

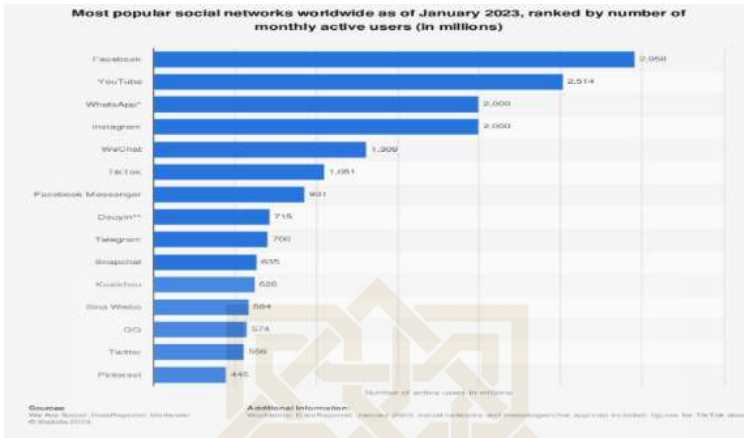
1) Banyak terjadi tindak kejahatan melalui media sosial. Contoh sederhana dari kejahatan tersebut ialah penipuan atau pembohongan sebuah berita dan informasi yang dibagikan melalui media sosial. Sehingga dengan adanya penipuan tersebut dapat merusak reputasi seseorang, organisasi ataupun lembaga.

2) Merugikan waktu jika media sosial tidak digunakan dengan manajemen waktu yang baik. Karena jika tidak menggunakan manajemen waktu yang efektif saat menggunakan media sosial. Akan menyebabkan banyak waktu yang terbuang tidak penting di media sosial.²⁸

Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial akan memberikan dampak *positive* jika digunakan untuk kebaikan. Namun berdampak sebaliknya, saat media sosial digunakan untuk hal *negative* maka akan memberi dampak yang buruk juga kepada penggunanya.

²⁸ Indah Permana, “Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung”, Skripsi, (Bandung : Universitas Pasundan 2017) hlm. 16-17.

3. Media Sosial Sebagai Media Komunikasi



Gambar 1.1 Data Top Media Sosial 2023

Media sosial sendiri merupakan salah satu bentuk dari sekian banyak media komunikasi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, media sosial adalah media komunikasi secara *virtual* yang mempermudah penggunaannya untuk berbagi dan menerima sebuah informasi atau pesan. Adapun empat jaringan media sosial yang paling banyak penggunaannya saat ini antara lain: ²⁹

²⁹ S. Dixon, "Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users", <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, diakses tanggal 14 Februari 2023.

a. *Facebook*



Gambar 1. 3 Logo Facebook

Facebook merupakan situs jaringan sosial yang didirikan oleh *Mark Zuckenberg*, dimana mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan pengguna lain diseluruh belahan dunia. Makna (*Buku Muka* atau *facebook*) ialah prinsip dasar yang membedakan *facebook* dengan media sosial lain. Karena *facebook* dapat menampilkan keseluruhan informasi penggunanya. *Facebook* dapat membuat halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan memperbarui status, membagikan konten, dapat melakukan video call dan lain sebagainya. Untuk dalam segi keamanan, *facebook* memiliki alat privasi yang dapat membatasi siapa saja orang yang berhak melihat hal yang dibagikan.³⁰

³⁰ Fedianty Augustinah dan Widayati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial Dialektika* (Oktober 2019), hlm. 6

b. *Youtube*



Gambar 1. 3 Logo Youtube

Youtube merupakan media sosial yang populer mempermudah pengguna dapat membagikan dan menonton berbagai klip video. *Youtube* berawal dari ide tiga orang yang mana dua dari mereka yakni *Chad Hurley* dan *Steve Chen* yang paling berperan dalam pembangunan *youtube*. Satu diantaranya yakni *Jawed Karim* tidak terlalu aktif dalam perkembangan *youtube* dibandingkan dua teman lainnya. *Youtube* memiliki fitur mempermudah pengguna untuk dapat saling berinteraksi melalui *subscribe*, *like/dislike*, *views* dan *comment*. Melalui interaksi ini pengguna dapat mempengaruhi eksistensi dari sebuah video yang dibagikan ke dalam *youtube* tersebut.³¹

c. *Whatsapp*



Gambar 1. 4 Logo Whatsapp

³¹ Mardhiyah Azzahrani “*Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indah melalui Youtube*”, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, (2018), hlm. 145.

Whatsapp merupakan media sosial yang didirikan oleh mantan karyawan Yahoo yaitu Jan Koum dan Brian Acton. Media sosial yang dikenal sebagai pengganti dari SMS dengan fitur pendukung yang dapat mengirim dan menerima teks, video, foto, dokumen, lokasi dan panggilan suara dan panggilan video. Seiring perkembangan aplikasi, di tahun 2014 whatsapp resmi bergabung dengan facebook namun dalam pengoperasian sistem whatsapp lebih fokus untuk layanan berkirim pesan yang cepat. Whatsapp juga merupakan aplikasi yang tidak berbayar namun aplikasi ini tetap harus menggunakan jaringan wifi atau paket data.³²

d. *Instagram*



Gambar 1. 5 Logo Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial dimana pengguna dapat membagikan foto dan video dengan cepat. Ditambah Instagram kini hadir dengan berbagai fitur baru seperti *Instagram story*, *Instagram reels*, *Instagram live* hingga berbagai macam filter dan fitur Instagram lainnya. Dengan kelebihan ini Instagram menjadi

³² Whatsapp web, “Tentang WhatsApp”, <https://www.whatsapp.com/about/?|=id>, diakses pada tanggal 1 Februari 2021.

peluang bagi beberapa lembaga untuk menawarkan, memperkenalkan hingga mempromosikan terkait identitas lembaganya. Sama seperti dengan media sosial pada umumnya, pengguna Instagram dapat mencari teman atau biasa yang disebut dengan *follower* (pengikut) dan *follow* (mengikuti). Dengan banyaknya jumlah *follower* hal ini menandakan seberapa banyak teman yang dimiliki oleh pemilik akun *Instagram* tersebut.

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dengan kerangka teori diatas, untuk mempermudah dalam memahami penulisan tersebut. Maka gambaran kerangka pemikiran dari penelitian ini sebagai berikut:



Berdasarkan begini di atas penulis ingin mengetahui bagaimana manajemen komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra lembaga

melalui media sosial. Melalui sudut pandang studi deskriptif, penulis melihat bahwa manajemen komunikasi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra lembaga ialah dengan melakukan manajemen komunikasi terhadap media sosial diantaranya melakukan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dipadukan dengan komunikasi sehingga dengan harapan masyarakat atau khalayak dapat menaruh citra atau keyakinan yang kuat akan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang terdapat dalam penelitian ini ialah kualitatif yang bersifat deskriptif. Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, meringkas suatu kondisi, situasi, fenomena dan realitas sosial.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, telah menetapkan subjek penelitian adalah informan pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait situasi atau kondisi latar penelitian.³³ Sehingga objek penelitian

³³ Moleong, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010) hlm. 132

yang digunakan ialah kepengurus harian Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri yang dianggap berkaitan dengan manajemen komunikasi media sosial. Berdasarkan itu, penulis mengambil Sub-Bagian Literasi dan Jurnalistik karena bertugas sebagai pengelola media sosial pondok pesantren. Sedangkan untuk objek penelitian ini yaitu pembahasan terkait manajemen komunikasi pondok pesantren, mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang mana dipadukan bersamaan dengan unsur komunikasi yakni komunikator, pesan, media, komunikasi dan

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti. Sehingga data primer dalam penelitian ini ialah informan dalam wawancara yaitu kepengurusan harian Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri yang mengendalikan media sosial pondok pesantren.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sebuah data yang didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti. Sehingga data sekunder dalam penelitian yaitu buku-buku, karya ilmiah seperti skripsi dan jurnal, serta rujukan lain yang berkaitan dengan manajemen komunikasi.

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah tahapan atau langkah penting dalam melakukan sebuah penelitian. Karena melalui hasil data inilah sebuah penelitian akan berjalan dengan tersusun dan terencana serta dapat memecahkan rumusan masalah yang telah dibuat. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam sebuah penelitian. Melalui teknik ini penelitian menjadi bersifat langsung dalam memperhatikan dan mengamati sebuah objek dalam penelitian. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan penulis ialah dengan cara memperhatikan dan meneliti aktivitas langsung kegiatan manajemen komunikasi yang telah dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Puteri dalam menjalankan pengelolaan media sosial.

Adapun observasi partisipan ini telah dilakukan mulai dari 27 Maret 2023-31 Maret 2023. Observasi ini dilakukan dengan mengikuti kegiatan manajemen komunikasi seperti proses pembuatan pesan atau konten untuk program ramadhan, proses persiapan sebelum

pembuatan pesan atau konten. proses penyuntingan video, observasi kunjungan ke ruang kerja dan lain sebagainya.

b. Wawancara Mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang peneliti secara langsung bertemu dan melakukan wawancara dengan narasumber yang terlibat penting di dalam sebuah lembaga atau perusahaan. Selain itu, narasumber memiliki keterkaitan dengan masalah penelitian sehingga mampu menjawab permasalahan dalam penelitian. Tujuannya untuk mencari jawaban serta menggali informasi mengenai permasalahan yang berkaitan dalam penelitian. Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan mewawancarai pengurus Pondok pesantren Darul Hijrah Putri yang mengendalikan media sosial pondok pesantren yaitu Ustadz Yunizar Ramadhani dan Ustadzah Gealita Pangestu. Selain melakukan wawancara dengan yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial. Dalam mendapatkan data tambahan secara lengkap dan mendalam terkait pondok pesantren juga dilakukan wawancara dengan Ustadz Wahyu Nurdiansyah selaku kepala bagian kepengurusan pengajaran pondok pesantren dan juga Ustadz Mariyadi selaku kepala Bagian Minat dan Bakat.

c. Dokumentasi

Teknik ini merupakan cara dimana peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik memperoleh data melalui catatan, dokumentasi, arsip dan administrasi yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah informasi yang berasal dari catatan penting yang berasal dari Lembaga atau organisasi ataupun perorangan. Sugiyono menyebutkan, Dokumentasi ini dapat berbentuk seperti tulisan, gambar ataupun karya dari seseorang.³⁴ Dokumentasi yang dilakukan penulis ialah dengan pengumpulan dokumentasi publik lembaga seperti media sosial facebook, youtube, tiktok, Instagram dan website pondok.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah tahapan dalam menyusun susunan data dan mengaturnya dalam sebuah pola, kategori dan uraian dasar. Analisis data juga merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan melalui wawanvara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga lebih mudah difahami dan lebih mudah di informasikan ke orang lain untuk hasil temuannya. Ada tiga teknik yang dilakukan dalam analisis

³⁴ Sugiyono, *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 329.

data tersebut yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.³⁵

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan langkah dalam menyeleksi, merangkum, memilih dan memilah hal yang pokok, memberikan fokus pada hal penting dalam data, serta mencari tema serta polanya. Sehingga data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memberi kemudahan pada peneliti untuk melakukan pengumpulan data setelahnya dan memberi kemudahan dalam mencarinya jika memang diperlukan

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melewati tahapan data yang direduksi, maka tahapan selanjutnya ialah penyajian data. Dengan menyajikan data ini memberi kemudahan untuk memahami apa yang telah terjadi serta merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Dalam melakukan penyajian data ini, penulis membandingkan data-data yang telah ditemukan dengan kerangka teori yang digunakan dalam manajemen komunikasi. Berdasarkan perbandingan itu, penulis mencoba untuk mengkritisi data yang

³⁵ Basrowi dan Suwandi, “Memahami Penelitian Kualitatif”, (Jakarta: PT. Reinek Cipta, 2008), hlm. 209-210.

ditemukan, sehingga akan memperoleh pemikiran yang kritis untuk menjawab tujuan dari penelitian.

c. Kesimpulan (*Conclusion drawing/verification*)

Tahapan terakhir ini merupakan kesimpulan temuan baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya. Temuan baru ini dapat berupa deskripsi atau gambaran sebuah obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau masih belum jelas. Sehingga setelah dilakukan penelitian menjadi gambaran yang jelas berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis dan teori. Kesimpulan ini juga dapat dikatakan sebuah jawaban dari rumusan masalah yang telah ada.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini untuk untuk mempermudah penulis dalam menyusun skripsi. Adapun sistematika penulisan ini terbagi menjadi lima bab dengan kategori sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan komponen latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini memaparkan gambaran umum dalam penelitian ini, diantaranya menjabarkan gambaran umum terkait Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, gambaran umum terkait tim media sosial pondok serta profil informan subjek penelitian.

BAB III: PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis memaparkan apa saja hasil dari pengumpulan data yang sudah telah didapatkan peneliti. Dimana hasil tersebut berkaitan tentang manajemen komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra lembaga melalui media sosial.

BAB IV: PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian yang memaparkan kesimpulan hasil dari penelitian serta saran dari penulis yang diakhiri dengan penutup.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka disini memaparkan sumber yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, yang mana menjadi pelengkap dalam data-data yang digunakan penulis.

LAMPIRAN

Bagian terakhir dalam penelitian yang berisikan data pendukung dan pelengkap dari hasil penelitian.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan yang telah diuraikan terkait manajemen komunikasi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam membangun citra lembaga melalui media sosial maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa tahapan manajemen komunikasi yang sudah dilaksanakan meliputi adanya tahapan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan juga pengawasan. Akan tetapi masih terdapat pelaksanaan manajemen komunikasi yang belum dijalankan dengan maksimal.

Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri belum membentuk secara resmi tim media sosial pondok untuk menunjang struktur organisasi yang resmi dan tervalidasi. Sehingga dalam proses tahapan manajemen komunikasi belum terlaksana dengan maksimal seperti belum adanya jadwal rutin yang pasti untuk rapat perencanaan, terdapat *double job* tiap individu dari Sub-Bagian Literasi dan Jurnalistik dan Sub-Bagian Hubungan Masyarakat. Meskipun demikian, tetapi Sub-Bagian Literasi dan Jurnalistik tetap harus memaksimalkan pengorganisasian yang telah ada ditetapkan agar manajemen komunikasi

melalui media sosial dapat berjalan dengan maksimal dan dapat bertahan sampai kedepannya.

B. Saran

Dalam akhir penulisan ini, penulis tentunya perlu sekali untuk menyampaikan beberapa saran dan masukan agar dapat menjadi koreksian yang baik kedepannya agar penelitian ini bisa lebih lagi. Berikut beberapa saran dan masukan yakni:

1. Kepada Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Diharapkan kedepannya Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dapat membentuk tim media sosial yang resmi. Sehingga dalam segi struktur organisasi tidak ada lagi individu yang memiliki *double job* dalam penugasannya. Serta tahapan manajemen komunikasi yang lain pun juga dapat berjalan dengan maksimal. Jika tim media sosial ini disahkan secara resmi oleh pondok, pelaksanaan manajemen komunikasi melalui media sosial pun akan bisa lebih bebas dalam berekspresi dan dapat lebih mempermudah dalam kegiatan komunikasi

2. Kepada Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap peneliti selanjutnya lebih luas lagi dalam membahas fungsi manajemen komunikasi terkait media sosial

karena masih sedikit penelitian yang membahas terkait manajemen komunikasi melalui media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, H. (2018). *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- K., S. (1989). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: CV Miswar.
- Manullang, M. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Press.
- Soeleh Soemirat, E. A. (2008). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- sukarna. (1992). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suwandi, B. d. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Reinek Cipta.
- Terry, G. R. (2012). *Asas-Asan Manajemen*. Bandung: PT. Alumni.

Jurnal

- Augustinah, F., & Widayati. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI. *Jurnal Dialektika*, 1-20.
- Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 2, No. 2, April 2018, hlm 144-161*, 144-161.
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi* .
- Citra Safira, N. P. (2023). Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun Public Trust. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 27-46.
- Farida Nursiyam, A. R. (2018, Agustus). STRATEGI EVENT ORGANIZER DALAM MENYELENGGARAKAN PAMERAN. *PROSIDING MANAJEMEN KOMUNIKASI, IV*, 906-913.
- Hasmawati, F. (2019). MANAJEMEN DALAM KOMUNIKASI. *AL-IDÂRAH, Volume VII, No. 2, 2019, 07*, 76-86.
- Kahfi, S., & Kasanova, R. (2020). MANAJEMEN PONDOK PESANTREN DI MASA PANDEMI COVID -19. *Pendekar : Jurnal Pendidikan Berkarakter, III*, 26-30.
- Komariah, N. (2016). PONDOK PESANTREN SEBAGAI ROLE MODEL. *HIKMAH: Jurnal Pendidikan Islam Vol. 5, No. 2, Juli-Desember 2016 Desember 2016 Desember 2016, 05*, 183-198.
- Ni Luh Kade Diah Pradnya Yoni, N. N. (2017). Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam

Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga. *E-Jurnal Medium*.

Nursiyam, F., & Anne Ratnasari, D. M. (2018). Strategi Event Organizer dalam Menyelenggarakan Pameran. *Prosiding Manajemen Komunikasi, IV*, 906-913.

Puspitasari, L. A. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI MAXIM DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DI KOTA SURAKARTA. *SOLIDARITAS*, 1-12.

Qodriyah, S. L., & Harmonis, F. (2022). Manajemen Media: Implementasi Fungsi Manajemen Redaksional Gontornews.com. *Jurnal Audiens*, 131-140.

Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) OLEH HUMAS SMAU CT FOUNDATION SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 147-160.

Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 1-7.

Website

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/06/ke-menag-ada-lebih-dari-30-ribu-pesantren-di-indonesia-ini-sebarannya#:~:text=Berdasarkan%20data%20Direktorat%20Pendidikan%20Diniyah,periode%20tahun%20ajaran%202020%2F2021>

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Wawancara

Wawancara dengan Ustadz Wahyu Nurdiansyah, Ketua Bagian Pengajaran Pondok Pesantren, 27 Maret 2023

Wawancara dengan Ustadz Adi Mariyadi, Ketua Bagian Minat dan Bakat Pondok Pesantren, 29 Maret 2023

Wawancara dengan Ustadz Yunizar Ramadhani, Ketua Sub-Bagian Literasi dan Jurnalistik, 31 Maret 2023

Wawancara dengan Ustadzah Gealita Pangestu, Anggota Sub-Bagian Humas Masyarakat, 31 Maret 2023

Wawancara dengan Ustadzah Sofiah, Pengabdian Pondok Pesantren 2019, 23 Mei 2023

Wawancara dengan Ustadzah Najmi Khalisa, Anggota Sub-Bagian Literasi dan Jurnalistik, 09 Juli 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA