

MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT BERBASIS DIGITAL UNTUK PENINGKATKAN PUBLIKASI DAN PENCITRAAN PONDOK PESANTREN SABILURROSYAD GASEK

Muhammad Syifa' Nurdi

Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
Syf.nrd@email.com

ABSTRACT

Abstract. The acceleration of information arising from the industrial revolution 4.0 has indirectly influenced organizations to compete to reach targets of organizational interests. On the other hand, in the face of the accelerated flow of information, the community realizes that they need a variety of quality information services. This phenomenon is an opportunity for organizations and public services to always provide interesting information to the public in order to improve their form of public relations and to improve the image of the organization or institution. Islamic boarding schools must not be apathetic in responding to this era of digital transformation. Islamic boarding schools must be able to follow this era, where information and communication technology is ingrained in society. Islamic boarding schools need to improve in order to implement digital-based public relations management. Digital information and communication media can be used by Islamic boarding schools to convey information such as profiles, vision and mission, facilities, programs, activities, and their advantages. This article discusses the use of technology as a form of public relations in Islamic boarding schools. Digital-based public relations management can be a big opportunity for Islamic boarding schools.

Keywords: Islamic, School, Digital, Public, Relations

ABSTRAK

Adanya percepatan informasi yang timbul dari adanya revolusi industri 4.0 secara tidak langsung telah mempengaruhi organisasi-organisasi untuk berlomba-lomba menggapai target dari kepentingan organisasi. Di sisi lain, masyarakat dalam menghadapi percepatan arus informasi ini, membuat mereka menyadari bahwa mereka membutuhkan berbagai informasi layanan berkualitas yang dibutuhkan. Fenomena ini menjadi peluang bagi organisasi maupun layanan publik untuk selalu memberikan informasi menarik terhadap masyarakat guna meningkatkan bentuk public relations mereka serta untuk memperbaiki citra organisasi atau lembaga. Pondok pesantren tidak boleh bersikap apatis dalam menyikapi era transformasi digital ini. Pondok pesantren harus bisa mengikuti era ini, dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah mendarah daging di masyarakat. Pondok pesantren perlu berbenah guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital. Media informasi dan komunikasi digital dapat dimanfaatkan oleh pondok pesantren untuk menyampaikan informasi seperti profil, visi misi, fasilitas, program, kegiatan, serta keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Artikel ini membahas tentang penggunaan teknologi sebagai bentuk hubungan masyarakat di pondok pesantren. Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital dapat menjadi peluang besar bagi pondok pesantren.

Kata-Kata Kunci: Islam, Sekolah, Digital, Publik, Hubungan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Djohan Effendi dalam (Indra, 2005) mengatakan bahwa Pesantren sebagai institusi bersahaja seringkali mendapatkan stigma miring kamuflase kehidupan, karena selalu berkutat dengan persoalan akhirat. Kemudian pesantren dicap sebagai pusat kehidupan fatalis, karena perannya memproduksi pola kehidupan yang meninggalkan dunia materi (zuhud). Bahkan lebih 'kasar' ialah ketika pesantren dinobatkan sebagai pusat radikalisme yang menggoyahkan posisi pesantren sebagai 'kampung peradaban'.

Pengelolaan manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren yang kurang maksimal, membuat penyampaian informasi seputar pondok pesantren kepada masyarakat tidak berjalan secara efektif.

(Yasid, 2018) dalam bukunya menjelaskan bahwa pesantren layak menjadi destinasi keilmuan, semisal mempelajari model pendidikan, pembelajaran, nilai-nilai, kemandirian, kehidupan, interaksi, khidmat, amaliah, dan sebagainya. Kekhasan sistem manajemen dan atau tata kelola lembaga dan adopsi kearifan intelektual kaum santri ke dalam nilai kehidupan seakan menjadi jawaban atas kegersangan pendidikan dewasa ini, yang hanya mengulturasikan aspek intelektualitas namun kering nilai.

Masyarakat dengan segala stigma negatifnya terhadap pondok pesantren tanpa adanya informasi yang sampai kepada mereka akan membuat mereka tetap memandang sebelah lembaga pendidikan pondok pesantren. Kekurangan informasi akan pondok pesantren membuat masyarakat merasa tidak diperlukan keterlibatannya dalam upaya pengembangan pondok pesantren. Hal tersebut mengakibatkan tingkat partisipasi masyarakat terhadap pengembangan pondok pesantren menjadi rendah. Di sisi lain, mayoritas pengurus pondok pesantren yang merupakan santri dengan segala kekurangan pemahamannya terkait manajemen hubungan masyarakat membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan hubungan masyarakat di pondok pesantren. Pola pengembangan hubungan masyarakat seperti inilah yang membuat manajemen hubungan masyarakat dipondok pesantren cenderung bersifat tertutup dan kurang mengena di masyarakat.

Berkaca dari hal di atas, ada satu masalah vital yang membuat seakan-akan masyarakat masih memandang sebelah sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren. Kemajuan pondok pesantren tanpa dibarengi adanya manajemen hubungan masyarakat guna menyampaikan informasi kepada masyarakat, akan tetap membuat masyarakat awam memandang sebelah pondok pesantren. Informasi-informasi tentang modernisasi pesantren harus benar-benar digencarkan oleh pondok pesantren. Ada dua dampak besar jika lembaga pendidikan pondok pesantren benar-benar dapat mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat dengan baik, yaitu dampak positif di sisi publikasi serta dampak positif bagi pencitraan pondok pesantren. Salah satu tren manajemen hubungan masyarakat di masa globalisasi ini adalah manajemen berbasis digital. Transformasi digital yang timbul dari adanya revolusi 4.0 menjadikan seluruh elemen dalam kehidupan menjadi serba digital, termasuk dalam hal manajemen hubungan masyarakat. Tren penggunaan teknologi cyber dan otomatisasi sudah menjadi kebutuhan setiap organisasi.

Perubahan besar kehidupan masyarakat akibat adanya teknologi cyber dan otomatisasi akrab disebut dengan istilah "transformasi digital". Salah satu sisi positif dari

adanya tranformasi digital antara lain adalah percepatan arus informasi, baik informasi positif maupun arus informasi negatif.

Adanya percepatan informasi ini secara tidak langsung telah mempengaruhi organisasi-organisasi untuk berlomba-lomba menggapai target dari kepentingan organisasi. Di sisi lain, masyarakat dalam menghadapi percepatan arus informasi ini, membuat mereka menyadari bahwa mereka membutuhkan berbagai informasi layanan berkualitas yang dibutuhkan. Fenomena ini menjadi peluang bagi organisasi maupun layanan publik untuk selalu memberikan informasi menarik terhadap masyarakat guna meningkatkan bentuk public relations mereka serta untuk memperbaiki citra organisasi atau lembaga. Termasuk dalam lembaga pendidikan, adanya transformasi digital yang menyebabkan percepatan arus informasi ini, menjadi peluang bagi sebuah lembaga pendidikan untuk meningkatkan hubungan masyarakat.

Pondok pesantren tidak boleh bersikap apatis dalam menyikapi era transformasi digital ini. Pondok pesantren harus bisa mengikuti era ini, dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah mendarah daging di masyarakat. Pondok pesantren perlu berbenah guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital. Media informasi dan komunikasi digital dapat dimanfaatkan oleh pondok pesantren untuk menyampaikan informasi seperti profil, visi misi, fasilitas, program, kegiatan, serta keunggulan-keunggulan yang dimiliki.

Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital dapat menjadi peluang besar bagi pondok pesantren. Praktisi manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren yang didominasi oleh kalangan santri dirasa cocok untuk menerapkan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital ini. Santri yang umumnya adalah seorang remaja tentu saja adalah generasi milenial yang akrab dengan teknologi termasuk didalamnya adalah media digital. Inovasi dan kreatifitas santri dapat diaplikasikan guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital ini.

Lembaga pendidikan yang dijadikan lokasi penelitian oleh peneliti yaitu Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kecamatan Sukun Kota Malang. Lembaga Pendidikan ini telah menjadi icon digitalisasi media pondok pesantren di Kota Malang, bahkan di Jawa Timur. Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah salah satu pelopor penggunaan media digital di pondok pesantren. Pondok Pesantren Sabilurrosyad mempunyai badan otonom khusus yang diisi para santri dengan fungsi utama untuk mengelola semua hal yang menyangkut media digital pondok pesantren. Badan otonom tersebut bernama Gasek Multimedia. Melalui badan otonom inilah, berbagai media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, Website, dan TikTok dapat terkelola dengan baik guna menyebarkan informasi-informasi positif seputar santri dan pondok pesantren. Tak hanya media sosial, Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga bekerja sama dengan salah satu stasiun TV Nasional dalam menyebarkan syiar-syiar keagamaan.

KAJIAN LITERATUR

1. Manajemen Hubungan Masyarakat

Menurut Effendi sebagaimana dikutip oleh (Maskur, 2018) hubungan masyarakat merupakan bentuk fungsi manajemen yaitu, keberlanjutan dan rencana berkarakter, bersifat umum maupun pribadi, secara institusi serta organisasi, untuk menciptakan pengertian, simpati, dan dukungan dari masyarakat terkait dengan cara menilai pendapat umum, guna mengkorelasikan kebijakan dan tata cara mereka dengan bentuk

menyebarkan informasi yang terencana untuk menciptakan kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.

Dalam Islam konsep komunikasi hubungan masyarakat dapat diikatkan dengan konsep: ta'aruf (saling mengenal), tafahum (saling memahami), tarahum (saling mengasihi), dan ta'awun (saling kerjasama). Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-quran pada QS. Al-Hujarat ayat 13 (Maskur, 2018).

Sedangkan fungsi hubungan masyarakat sebagai salah satu fungsi manajemen dalam organisasi dapat lebih dipahami dengan mencermati fungsi-fungsi komunikasi dalam organisasi. seperti yang dikutip oleh (Sopian, 2016) menurut Stephen P. Robbins dalam fungsi komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu, fungsi kontrol, fungsi informasi, dan fungsi integratif.

Manajemen hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat penting di organisasi. Cakupan serta sasaran manajemen hubungan masyarakat yang luas membuat organisasi harus mempunyai strategi untuk mengaktualisasikan hubungan masyarakat ini. Peran manajemen strategi dalam aktualisasi hubungan masyarakat harus dilakukan berdasarkan kondisi dan kebutuhan organisasi. Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan (Taufiqurokhman, 2016).

Proses manajemen strategi sendiri terbagi menjadi 3 yaitu, Pengamatan Lingkungan, Perumusan Strategi, Impelmentasi Strategi, Evaluasi Strategi (Taufiqurokhman, 2016). Penyesuaian bentuk dan teknik implementasi hubungan masyarakat dengan permasalahan dan kondisi masyarakat yang dalam hal ini merupakan sasaran kehubungan masyarakatan harus dilakukan untuk mencapai tujuan manajemen hubungan masyarakat yang efektif dan efisien. Keberagaman masyarakat baik dari kondisi ekonomi, geografis, sosial, dan budaya harus didekati dengan berbagai pola pendekatan sehingga akan terlaksana secara efektif dan efisien. Beragam bentuk media hubungan masyarakat harus dimaksimalkan sesuai dengan keadaan sasaran hubungan masyarakat.

2. Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital

Revolusi industri 4.0 telah mengubah pola hidup masyarakat dunia ke arah digitalisasi. Kemunculan internet sebagai tanda dimulainya revolusi industri 4.0 benar-benar telah membuat sebagian besar hal di dunia menjadi serba digital. Seiring berjalannya waktu, teknologi internet yang pada awalnya digunakan untuk kebutuhan pendukung pekerjaan kini telah menjadi sebuah kebutuhan bagi kehidupan sosial manusia.

Selayaknya yang terjadi pada individu masyarakat, adanya perubahan pola kehidupan kearah digital ini juga terjadi pada organisasi. Organisasi dituntut untuk mengikuti perkembangan digitalisasi ini. Adanya perkembangan digital ini harus dimanfaatkan oleh organisasi. Banyak sekali kemudahan-kemudahan yang dapat diperoleh oleh sebuah organisasi dalam penggunaan digitalisasi ini.

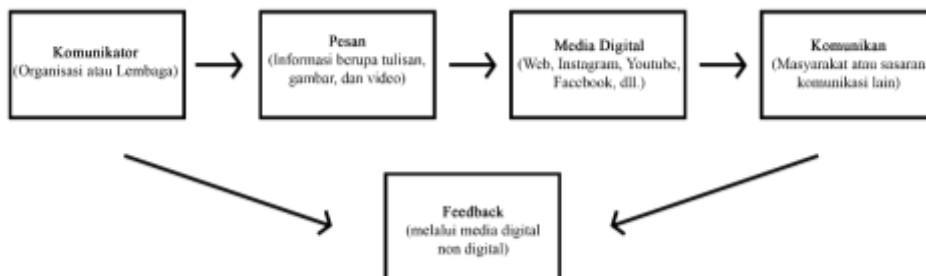
Termasuk dalam hal hubungan masyarakat, percepatan arus informasi menjadi peluang emas bagi praktisi hubungan masyarakat dalam sebuah organisasi. Pola komunikasi yang terjadi antar manusia kini tidak hanya terjadi face to face secara fisik saja. Media digital memungkinkan terjadinya bentuk komunikasi virtual bahkan sekalipun tidak saling mengenal. Manusia melalui adanya media digital dapat membuat

sebuah informasi atau pesan untuk selanjutnya disebarluaskan tanpa adanya batasan, sehingga siapapun bisa mengaksesnya.

Hubungan masyarakat berbasis digital merupakan sebuah konsep terbaru dalam tatanan manajemen kehubungan masyarakatan di sebuah organisasi. Menurut Nkwocha yang dikutip dalam (Gregory Herbert, 2005) hubungan masyarakat berbasis digital adalah semua tentang penggunaan teknologi baru termasuk telepon nirkabel, komputer, internet, e-mail, dll untuk melakukan pekerjaan lebih cepat, lebih murah dan lebih efisien, terutama di dunia baru, persaingan, pembebasan, komunikasi, privatisasi dan globalisasi. Hubungan masyarakat berbasis digital merupakan sebuah inovasi praktik kehubungan masyarakatan melalui teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Praktik kehubungan masyarakatan melalui media digital pada era digitalisasi ini dinilai sangat strategis, cepat, berorientasi pada hasil, dan murah.

Banyak lembaga maupun organisasi yang telah memiliki media digital berupa situs web maupun media sosial. Lembaga dan organisasi tersebut memposting seluruh informasi terkait profil dan data-data lain pada media digital yang mereka miliki. Bahkan organisasi media berita surat kabar, majalah, dan stasiun penyiaran juga memiliki berbagai media digital sebagai sarana penyebaran informasi. Masyarakat pun sebagai objek komunikasi dari organisasi maupun lembaga juga telah mempunyai media digital pribadi sehingga mereka bisa mengakses seluruh informasi yang ada pada media digital dimanapun mereka berada melalui smartphon atau perangkat lain yang mereka miliki. Hal tersebut tentunya menjadi sebuah kemudahan bagi setiap lembaga, organisasi maupun individu untuk saling berkomunikasi melalui media digital.

Gambar 1. Bagan Alur Komunikasi Hubungan Masyarakat Digital



METODE

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sebagaimana dikutip dalam (Yusuf, 2017). Cresswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi metodologis yang mengeksplorasi masalah sosial atau manusia. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus pada dasarnya mempelajari secara intensif seseorang individu atau kelompok yang dipandang mengalami kasus tertentu. (Salim & Haidir, 2019) dalam penelitian ini peneliti berupaya mempelajari secara mendalam fenomena penggunaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital untuk suatu mengungkap kebenaran ilmiah mengenai dampak penggunaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Pondok Pesantren Sabilurrosyad yang terletak di Dukuh Gasek Desa Karangbesuki Kecamatan Sukun Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang yang secara khusus dikelola oleh tim Gasek Multimedia. Penelitian ini berfokus pada proses implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital beserta dampaknya terhadap publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

Untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian diperlukan sebuah cara yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menggali data secara tepat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah; (1) Observasi, (Hardani dkk., 2020) menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian. Dalam teknik observasi ini peneliti akan datang ke lokasi penelitian untuk mengamati segala sesuatu mengenai manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad; (2) Wawancara, Wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan dirancang sebelumnya. (Yusuf, 2017) Informan wawancara terdiri dari Ketua Pondok Pesantren, Pendiri Gasek Multimedia, dan Direktur Gasek Multimedia; (3) Dokumentasi, Dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang diperoleh dari hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, dsb. (Salim & Haidir, 2019) . Melalui metode dokumentasi ini, peneliti akan memperoleh data dari seluruh dokumen arsip mengenai hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Adapun model analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman dalam (Yusuf, 2017) menjelaskan data dalam penelitian kualitatif dapat dikumpulkan melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda sehingga data tersebut harus dianalisis sebelum dapat digunakan. Analisis data yang dilakukan peneliti terdiri dari proses reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi data.

PEMBAHASAN

Seluruh proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dikelola oleh badan otonom milik pondok pesantren yang bernama Gasek Multimedia. Gasek Multimedia merupakan badan otonom milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang berisikan para santri yang memiliki keahlian di bidang multimedia. Dengan adanya badan otonom khusus di bidang multimedia ini, seluruh kebutuhan multimedia termasuk publikasi pondok pesantren melalui media sosial dapat berjalan secara rutin dan berkelanjutan.

1. Perencanaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Perencanaan manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad terbagi menjadi tiga bagian, yaitu penentuan tujuan, analisis permasalahan, dan perencanaan program. Empat hal tersebut memiliki kemiripan dengan teori-teori perencanaan yang ada. Yang pertama (Juwito, 2008) menjelaskan bahwa perencanaan meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan apa yang akan terjadi. Teori kedua menyebutkan bahwa dalam proses perencanaan humas, ada beberapa hal yang harus ditentukan yaitu

mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan (Somad & Juni, 2014).

Secara lebih rinci, peneliti akan menjelaskan korelasi temuan penelitian dengan teori perencanaan humas berbasis digital sebagai berikut:

a. Penentuan tujuan

Tujuan dari Gasek Multimedia adalah mempublikasikan seluruh informasi mengenai Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Dengan publikasi seluas-luasnya maka masyarakat lebih mengenal Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Informasi-informasi yang bersifat positif juga dapat menggiring opini masyarakat untuk selalu mendukung seluruh kegiatan Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Tujuan tersebut menjadi acuan bagi Gasek Multimedia untuk menetapkan sasaran humas berbasis digital serta menjadi tolak ukur keberhasilan program yang akan direncanakan.

Temuan penelitian tersebut sejalan dengan teori Stephen P. Robbins yang menjelaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat guna menggiring opini masyarakat terhadap sebuah organisasi sehingga tercipta sebuah hubungan integratif yang saling menguntungkan (Sopian, 2016). Teori lain menyebutkan bahwa tujuan ditentukan untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh (Anggoro, 2008).

b. Analisis

Berdasarkan temuan penelitian tim Gasek multimedia melakukan analisis terlebih dahulu. Analisis tersebut meliputi analisis mengenai permasalahan dalam masyarakat seputar pondok pesantren serta informasi yang dibutuhkan masyarakat dari pondok pesantren. Analisis selanjutnya adalah analisis media sosial yang sedang trending di masyarakat. Dari analisis tersebut akan menghasilkan sebuah rumusan apa saja yang harus diprogramkan oleh Gasek Multimedia.

Temuan diatas sejalan dengan teori yang diutarakan oleh (Somad & Juni, 2014). Praktisi humas di pesantren harus bisa memahami permasalahan yang ada di masyarakat. Permasalahan tersebut bisa berupa rincian kebutuhan masyarakat akan pondok pesantren, harapan-harapan masyarakat terhadap pondok pesantren, atau informasi-informasi dari pesantren yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hasil identifikasi digunakan sebagai acuan bagi praktisi humas di pesantren untuk menentukan program kehumasan yang akan dilaksanakan.

c. Perencanaan program

Selanjutnya Somad menjelaskan bahwa dari hasil identifikasi permasalahan-permasalahan terkait kehubungan masyarakatan, praktisi hubungan masyarakat dapat menyimpulkan program-program kehubungan masyarakatan yang cocok dan dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sasaran utama hubungan masyarakat di pesantren.

Teori diatas sejalan dengan temuan penelitian, perencanaan program humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dilaksanakan melalui forum rapat tahunan. Dalam forum itu dibahas program-program apa saja yang akan dijalankan selama satu tahun dengan mempertimbangkan hasil analisis yang telah dilakukan.

Perencanaan penggunaan platform juga dibahas dalam forum ini. Platform media sosial yang cocok dan sesuai dengan kondisi akan digunakan selama satu tahun kedepan. Selain itu, temuan peneliti terkait fakta dilapangan tentang perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital yang terjadi di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah penjadwalan konten yang dilaksanakan setiap bulan disusun berdasarkan kebutuhan masyarakat dan event-event yang ada pada bulan tersebut. Dengan penjadwalan seperti ini, kebutuhan-kebutuhan masyarakat terhadap informasi akan dapat terjawab melalui konten yang ada di media sosial.

Secara keseluruhan, tahap perencanaan diatas sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rais. Dalam penelitian tersebut Rais menjelaskan bahwa perencanaan humas dilakukan dengan penetapan tujuan, sasaran, dan program kehumasan yang akan dilakukan. Sebelum perencanaan dilakukan, terlebih dahulu menganalisis kondisi yang ada dilingkungan pendidikan terkait dengan *need assesmen* (Rais, 2019).

2. Implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Cakupan manajemen humas yang sangat luas mengharuskan Gasek Multimedia memiliki strategi-strategi dalam implementasinya. Strategi tersebut disesuaikan dengan kondisi lapangan yang ada.

Pada tahap implementasi ini peneliti menemukan kesamaan antara fakta dilapangan dengan teori yang ada. Implementasi manajemen hubungan masyarakat merupakan proses realisasi seluruh rencana-rencana yang sudah disusun sebelumnya. Cakupan manajemen hubungan masyarakat yang luas membuat organisasi harus mempunyai strategi untuk mengaktualisasikan hubungan masyarakat ini. Peran manajemen strategi dalam aktualisasi hubungan masyarakat harus dilakukan berdasarkan kondisi dan kebutuhan organisasi. Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan (Rosady, 2003).

Secara lebih rinci Ruslan Rosady membagi proses strategi ini menjadi tiga yaitu, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Maka dalam hal ini peneliti menemukan tahapan-tahapan dalam implementasi strategi manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut:

a. Penyusunan strategi

Rumusan analisis yang sudah diperoleh kemudian dirumuskan untuk menentukan sebuah rencana aplikasi program hubungan masyarakat. Rumusan tersebut menjadi inti strategi dalam pelaksanaan hubungan masyarakat (Taufiqurokhman, 2016).

Strategi awal yang dilakukan di Gasek Multimedia adalah pembentukan 5 divisi, dimana pada masing-masing divisi tersebut mempunyai program yang berbeda tetapi pada pelaksanaannya saling berkolaborasi untuk mencapai tujuan program kehumasan. Strategi ini merupakan bentuk penyesuaian Gasek Multimedia dengan kendala berupa kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang ada. Penyesuaian strategi ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ahmad yang

menyebutkan bahwa penentuan strategi yang tepat harus diawali dengan identifikasi, analisa, dan diagnosa atas kesempatan yang ada dalam lingkungan (DR. Ir. AHMAD, AC, ST, MM, 2020).

Selanjutnya proses implementasi humas berbasis digital dilakukan dengan penyusunan strategi di setiap divisi. Penyusunan strategi dalam hal ini meliputi pembentukan tim kerja serta tugasnya, dan penentuan timeline pelaksanaan program. Pada proses penyusunan strategi ini, peneliti menemukan perbedaan strategi yang disusun pada setiap divisi. Adanya perbedaan tersebut dikarenakan setiap divisi memiliki jenis output yang berbeda pula. Dengan penyesuaian strategi yang dilakukan di Gasek Multimedia seluruh program kehumasan digital dapat berjalan dengan baik.

b. Pelaksanaan strategi

Setelah strategi berhasil dirumuskan, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Serangkaian program yang telah dirumuskan kemudian dilaksanakan dengan semaksimal mungkin (Taufiqurokhman, 2016). Dalam pelaksanaan setiap anggota yang sudah diberi tugas akan menjalankan tugasnya sesuai strategi yang sudah disusun. Pelaksanaan strategi disini diawali dari tahap pembuatan konten dilanjutkan dengan pengecekan apakah konten tersebut sudah layak untuk dibagikan sampai pada akhirnya konten tersebut dipublish melalui media sosial. Konten yang sudah dipublish selanjutnya dibagikan melalui grup-grup whatsapp agar semakin banyak masyarakat yang mengakses konten tersebut.

Pengontrolan pada tahap ini perlu dilakukan agar program kehubungan masyarakatan yang telah dilakukan dapat berjalan sesuai apa yang telah direncanakan (Taufiqurokhman, 2016). Berjalannya pelaksanaan ini diawasi sepenuhnya oleh tim admin serta para keluarga pondok pesantren. Pengawasan tersebut merupakan bentuk controlling agar setiap program terlaksana sesuai jadwal, serta seluruh informasi yang dibagikan melalui media sosial merupakan informasi yang valid dan layak disebarluaskan. Sebagai bentuk controlling, tim admin juga selalu memastikan agar seluruh program terlaksana sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

c. Evaluasi program

Proses terakhir yang dilakukan adalah mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai acuan untuk perumusan dan pelaksanaan program-program kehubungan masyarakatan yang akan datang (Taufiqurokhman, 2016).

Setelah konten-konten berhasil di sebarluaskan melalui media sosial, maka tahapan selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi di Gasek Multimedia dilakukan melalui forum rapat evaluasi triwulan. Pada rapat tersebut program yang sudah selesai dilaksanakan akan dievaluasi. Hasil dari evaluasi dijadikan pedoman untuk program yang akan dilaksanakan pada bulan-bulan selanjutnya.

3. Hasil manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad

(Anggoro, 2008) berpendapat bahwa ada dua hal yang bisa dipilih oleh pesantren sebagai bentuk kegiatan kehubungan masyarakatan, yaitu:

- a. Memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan yang ada di pesantren kepada masyarakat. Kegiatan ini dapat membuat masyarakat mengenal lebih jauh tentang pesantren. Kegiatan-kegiatan yang dipandang baik di mata masyarakat akan menimbulkan rasa kepercayaan bagi masyarakat bahwa pesantren memang menjadi sebuah lembaga pendidikan yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat.
- b. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang segala bentuk kebijakan-kebijakan yang ada di pesantren seperti kebijakan akademis, keuangan, pembangunan, aturan, dsb. Melalui keterbukaan pesantren terhadap masyarakat dapat membuat masyarakat menghilangkan sikap keraguannya terhadap pesantren.

Sesuai dengan teori diatas Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam upaya implementasi hubungan masyarakat berbasis digital selalu membagikan informasi seputar kegiatan-kegiatan pondok pesantren. Adanya berbagai macam media sosial juga menjadikan informasi-informasi tersebut disampaikan dalam berbagai bentuk seperti teks narasi, gambar, maupun video.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki enam media sosial yaitu youtube, instagram, tiktok, facebook, twitter, dan website. Melalui enam media sosial tersebut informasi-informasi mengenai kegiatan dan kebijakan pondok pesantren disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan enam media sosial tersebut juga merupakan bentuk upaya Pondok Pesantren Sabilurrosyad agar informasi yang dibagikan sampai kepada seluruh kalangan masyarakat.

Tidak hanya informasi kegiatan dan kebijakan pondok pesantren, melalui media sosial tersebut, Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga membagikan konten-konten hiburan yang bermakna seperti podcast, film pendek, dan sholawat. Selain itu, melalui media sosial, Pondok Pesantren sabilurrosyad juga menyampaikan konten keilmuan seperti kajian fiqhiyah, panduan beribadah, dan khutbah jum'at yang bisa menjadi jawaban atas permasalahan keagamaan masyarakat.

Tabel 1. Output Manajemen Humas Berbasis Digital Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Media Sosial	Jenis Konten
Youtube	Live streaming pengajian rutin, Live streaming kegiatan eventual pondok pesantren, Live streaming kegiatan rutin pondok pesantren, Video panduan ubudiyah, Podcast, Cover music religi, Tilawah, Film pendek, Konten eventual pondok pesantren
Instagram, twitter, dan facebook	Ucapan hari besar nasional, Ucapan hari besar agama Islam, Prestasi yang diperoleh pondok pesantren, Ucapan kepada keluarga Pondok Pesantren, Informasi acara pondok pesantren, Ucapan motivasi dari para Kyai, Konten ilmu agama.
Tiktok	Behind The Scene pembuatan konten, Cuplikan pengajian dari Kyai Marzuqi Mustamar, dan dokumentasi kegiatan pondok pesantren.
Website	1) Pendaftaran, yang berisikan tentang informasi pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek. 2) Tentang Pesantren, yang berisi tentang profil pondok pesantren. 3) Berita, yang berisi laporan-laporan berita seputar pondok

	pesantren. 4) Pena Santri, segmen ini berisi tentang tulisan karya ilmiah yang berasal dari santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek. 5) Khutbah, yang berisikan khutbah singkat KH. Marzuqi Mustamar. 6) Lentera Hati, berisikan tentang kajian islam dari Kyai dan tulisan-tulisan artikel seputar kepesantrenan.
--	--

4. Dampak manajemen hubungan masyarakat berbasis digital untuk peningkatan publikasi dan pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Publikasi merupakan salah satu tujuan dari hubungan masyarakat di lembaga pendidikan. Publikasi adalah upaya memperkenalkan organisasi melalui informasi-informasi yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan agar khalayak umum memiliki rasa tertarik dan memberi dukungan terhadap organisasi tersebut (Liliweri, 2017). Tujuan utama publikasi adalah mengenalkan sebuah organisasi di masyarakat, sehingga organisasi tersebut mendapat pengakuan dan dukungan dari masyarakat.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad melalui media sosial yang dimiliki telah memenuhi tujuan daripada publikasi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya followers dan viewers media sosial. Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki total 98.447 pengikut dari lima platform media sosial yang dimiliki. Selain itu melalui media sosial youtube dan tiktok, konten yang dibagikan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad telah ditonton masyarakat sebanyak 7.108.908 kali. Hitungan tersebut terus bertambah setiap harinya. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap insight media sosial, pada satu tahun terakhir seluruh insight media sosial milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami peningkatan.

Tabel 2. Jumlah Insight Media Sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad

No.	Media Sosial	Konten	Pengikut	Views	Like	Comment
1	Youtube	2.008	62.400	6.288.145	-	-
2	Instagram	1.428	23.462	-	838.737	1.786
3	Tiktok	114	4.155	820.763	56.507	674
4	Twitter	2.135	1.730	-	-	-
5	Facebook	-	6.700	-	5.900	-
6	Website	79	-	17.940	-	-

Tabel di atas menunjukkan hasil yang sudah dicapai oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek melalui media sosial. Jumlah pengikut dan views dapat menjadi indikator bahwa melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat meningkatkan jumlah publikasi mereka. Sementara itu, like dan comments yang merupakan bentuk feedback masyarakat terhadap konten yang dibagikan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat menjadi indikator bahwa melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad bisa meningkatkan pencitraan pondok pesantren. Peneliti juga menemukan bahwa seluruh komentar yang disampaikan masyarakat terhadap konten

media sosial merupakan bentuk feedback positif berupa apresiasi dan saran baik kepada Pondok pesantren Sabilurrosyad.

Fakta-fakta diatas dapat menjadi indikator bahwa melalui media sosial, Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat mengimplementasikan fungsi hubungan masyarakat untuk peningkatan publikasi.

G. Dowling dalam (Suwatno, 2018) mendefinisikan citra organisasi sebagai “the global evaluation (comprised of a set of beliefs and feelings) a person has about an organization”. Artinya citra sebuah organisasi merupakan bentuk penilaian global terhadap sebuah organisasi. Citra lembaga pendidikan dapat terbentuk dari beberapa faktor, diantaranya adalah kepuasan pelanggan dan kualitas produk.

Fakta yang ditemukan oleh peneliti, dalam komentar-komentar yang ada pada media sosial milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad, mayoritas adalah bentuk kepuasan atas kualitas konten yang dibagikan. Hal tersebut menjadi indikator bahwa masyarakat merasa puas atas kualitas Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Prestasi-prestasi yang didapat oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam perlombaan multimedia yang diikuti juga dapat meningkatkan citra baik pondok pesantren.

Dari peningkatan publikasi dan pencitraan diatas, ada beberapa keuntungan yang didapatkan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut.

- a. Peningkatan jumlah santri
- b. Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi pesantren rujukan dalam bidang multimedia
- c. Mendapatkan tambahan dana dari hasil adsense media sosial
- d. Mendapatkan bantuan operasional dari pemerintah, masyarakat, dan alumni

SIMPULAN

Perencanaan manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad meliputi:

1. Penentuan tujuan, tujuan dari program hubungan masyarakat berbasis digital yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah publikasi informasi pondok pesantren seluas-luasnya.
2. Analisis permasalahan dan kebutuhan masyarakat akan informasi seputar pondok pesantren. Selain analisis permasalahan dilakukan juga analisis media sosial yang sering sedang trend di masyarakat
3. Penyusunan program kehumasan berdasarkan hasil analisis yang dilaksanakan melalui forum rapat kerja tahunan Gasek Multimedia. Penyusunan program berdasarkan analisis ini memiliki tujuan agar seluruh program kehumasan berbasis digital dapat sampai kepada masyarakat seluas-luasnya. Hal ini sesuai dengan anggaran dasar Gasek Multimedia yang memiliki tujuan sebagai sarana dokumentasi dan publikasi Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yaitu:

1. Penyusunan strategi pelaksanaan program kehumasan yang meliputi pembentukan tim kerja dan timeline pelaksanaan program.
2. Pelaksanaan program sesuai dengan strategi, dalam pelaksanaannya setiap program mendapatkan pengawasan yang dilakukan oleh para ustadz dan kyai untuk memastikan

program yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah program yang baik dan benar.

3. Evaluasi program yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali melalui forum rapat evaluasi triwulan.

Hasil dari manajemen hubungan masyarakat berbasis digital adalah berupa konten-konten yang dibagikan melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Ada enam media sosial yang dimiliki yaitu, youtube, instagram, tiktok, facebook, twitter, dan website. Selain itu Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga aktif mengikuti perlombaan multimedia.

Hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad membawa dampak positif bagi peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya followers, views, like, dan positif comment. Jumlah tersebut terus meningkat setiap bulannya. Selain itu prestasi-prestasi yang diraih dari ajang perlombaan multimedia juga menimbulkan peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren.

REFERENSI

- Anggoro, L. (2008). *Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*. Bumi Aksara.
- DR. Ir. AHMAD, AC, ST, MM. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka.
- Gregory Herbert, E. (2005). Digital Public Relations: A New Strategy in Corporate management. *Nsukka Journal of the Humanities*, 15.
- Hardani, Hikmatul Auliya, N., Andriani, H., & Asri Fardani, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Indra, H. (2005). *Pesantren dan Transformasi Sosial: Studi Atas pemikiran K.H. Abdullah Syafi'ie dalam Bidang Pendidikan Islam*. Penamadani.
- Juwito. (2008). *Public Relations*. UPN Press.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Maskur. (2018). *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*. Deepublish.
- Rais, W. (2019). Implementasi Manajemen Pendidikan Islam Dalam Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat dengan Sekolah. *Econos: Jurnal Ekonomi dan Sosial*, 10(1), 55–73.
- Rosady, R. (2003). *Manajemen Public relation dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Salim, & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Somad, R., & Juni, D. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Alfabeta.
- Sopian. (2016). *Public relations Writing Konsep, Teori, Praktik*. Kompas gramedia.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Yasid, A. (2018). *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif*. IRCiSoD.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.