

## ABSTRAK

**Mardatilah Stafaatul Uzdma.** 210104010248. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Instagram @ponpes.darulhijrahputri Pembimbing I Hj. Mariyatul NR, S. Ag., M. Si dan Pembimbing II Najla Amaly, S.I Kom., M. Med. Kom pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin, Tahun 2026.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Instagram, Pondok Pesantren**

Pemanfaatan media sosial semakin penting bagi lembaga pendidikan dalam membangun komunikasi publik, termasuk Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Dalam konteks ini, Humas berperan strategis dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana penyampaian informasi, publikasi kegiatan, serta pembentukan citra lembaga. Pemanfaatan media sosial semakin penting bagi lembaga pendidikan dalam membangun komunikasi publik, termasuk Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Dalam konteks ini, Humas berperan strategis dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana penyampaian informasi, publikasi kegiatan, serta pembentukan citra Lembaga. Namun, pondok menghadapi tantangan seperti peretasan akun, keterbatasan teknis, serta meningkatnya kebutuhan publik terhadap transparansi informasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri melalui Instagram dengan menggunakan model Cutlip, Center, dan Broom. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari Tim Media Humas, OSDA Tim Media, wali santri, alumni, dan pengikut akun Instagram pondok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap fact finding, pondok mampu mengidentifikasi kebutuhan informasi publik, terutama wali santri yang menginginkan komunikasi cepat dan transparan. Pada tahap perencanaan, pondok merumuskan tujuan, menetapkan pesan utama, mengelompokkan jenis konten, dan menyusun content plan sebagai dasar publikasi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui dokumentasi kegiatan, editing, penyusunan caption, serta publikasi konten dengan melibatkan Tim Media Humas dan OSDA. Instagram dimanfaatkan melalui fitur Stories, Reels, dan Live. Pada tahap evaluasi, strategi dinilai cukup efektif, dibuktikan dengan konsistensi unggahan, respons positif publik, serta penguatan citra pondok sebagai lembaga Islam yang modern dan tertib, meskipun masih terdapat kendala teknis dan situasional.