

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi penelitian Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

1. Sejarah Pondok Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Pondok Darul Hijrah Putri merupakan lembaga pendidikan yang berorientasi pada pembentukan karakter, penguatan kepribadian, serta pengembangan ilmu pengetahuan dan keagamaan bagi para santriwati. Ketika pertama kali berdiri pada tahun 1995, lembaga ini memulai kegiatannya dengan jumlah santriwati yang relatif kecil, yaitu 20 santriwati tingkat SMA dan 34 santriwati tingkat SMP.

Secara legal, pondok ini berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Pondok Darul Hijrah Putri yang disahkan pada 25 April 1995 melalui Akta Notaris Bachtiar No. 7. Dalam menjalankan operasionalnya, pondok dipimpin oleh seorang Direktur dan Wakil Direktur serta didukung oleh beberapa Kepala Bagian yang bertanggung jawab atas berbagai bidang, seperti Sekretariat, Pengasuhan, Pendidikan dan Pengajaran, Minat dan Bakat, Rumah Tangga, Sarana Prasarana, serta jajaran Kepala Sekolah mulai dari jenjang PAUD hingga SMA.

Lahirnya Pondok Darul Hijrah Putri dilatarbelakangi oleh dua motivasi utama. Pertama, adanya keinginan kuat dari para pendiri yang merupakan alumni Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo untuk mendirikan pesantren yang menerapkan sistem dan nilai-nilai pendidikan khas Gontor. Aspirasi ini tidak hanya mendapat persetujuan, tetapi juga dukungan langsung dari pihak Gontor, sehingga

keberadaan pondok ini kemudian diakui sebagai lembaga yang menerapkan konsep pendidikan ala Gontor di kawasan Kalimantan. Kedua, meningkatnya minat calon santriwati untuk melanjutkan pendidikan di Gontor tidak sebanding dengan kapasitas yang tersedia. Keterbatasan daya tampung tersebut mendorong perlunya pendirian lembaga lain yang mampu menyediakan pendidikan dengan model serupa, khususnya untuk mengakomodasi calon santriwati dari Kalimantan yang ingin mengenyam pendidikan pesantren berbasis sistem Gontor.

Sebagai wujud kesinambungan dari tradisi pendidikan Gontor, Pondok Modern Gontor turut memberikan arahan, bimbingan, dan supervisi kepada Pondok Darul Hijrah Putri. Pendampingan ini bertujuan meningkatkan kualitas manajemen dan pengelolaan pesantren sehingga selaras dengan standar yang telah diterapkan oleh Gontor. Dengan demikian, pendirian Pondok Darul Hijrah Putri tidak hanya merupakan realisasi dari cita-cita alumni untuk menerapkan kembali sistem pendidikan almamater mereka, tetapi juga sebagai bentuk pelaksanaan amanah yang diberikan oleh pimpinan Gontor kepada para alumninya untuk mengembangkan dan menyebarluaskan nilai-nilai pendidikan pesantren tersebut di berbagai daerah.⁵²

2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Adapun visi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri adalah: Terwujudnya insan beriman, beramal sholeh, bertaqwa, istiqomah, berwawasan luas, unggul dan berprestasi.

⁵² Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, *Profil Pondok* (dokumen internal).

Sedangkan Misi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri adalah :

- a. Membentuk generasi yang unggul menuju terbentuknya Khaira Ummah.
- b. Mendidik dan mengembangkan generasi mukmin-mukmin yang berbudi tinggi berbadan sehat, berpengetahuan luas, dan berpikiran bebas, serta berkhidmat kepada masyarakat.
- c. Mengajarkan Ilmu Pengetahuan Agama dan Umum secara seimbang menuju terbentuknya Ulama yang intelek.
- d. Mewujudkan Warga Negara yang berkepribadian Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT.

3. Panca Jiwa dan Motto Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

a. Panca Jiwa

Panca Jiwa Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri yaitu, Keikhlasan, Kesederhanaan, Berdikari, Ukhuwah Islamiyah, dan Kebebasan.

b. Motto

Motto Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri yaitu, Berbudi Tinggi, Berbadan Sehat, Berpengetahuan Luas, dan Berpikiran Bebas.

4. Profil Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Nama Lembaga	: Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri
Alamat	
a. Jalan	: Batung
b. Desa	: Cindai Alus

c. RT	: 02
d. RW	: 01
e. Kecamatan	: Martapura
f. Kabupaten	: Banjar
g. Provinsi	: Kalimantan Selatan
h. Kode Pos	: 70612
i. Telp.Hp	: 0881-0823-53268
j. E-mail	: ponpes_dhputri@yahoo.com
k. Web	: www.darulhijrahputri.ponpes.id
Tanggal Berdiri	: 25 April 1995
Badan Hukum	: Yayasan Pendidikan Pondok Darul Hijrah Putri
a. Akta Notaris	: Raden Sukoco, S.H.
b. Nomor	: 2
c. Tanggal	: 25 Mei 2013
NSPP	: 510063030106
a. Pejabat	: Kepala Kantor Kemenag Kab.Banjar
b. Nomor dan Tanggal	: Kd.17.03/05/PP.00.7/0801/2014/11 Agustus 2014
Tahun Beroperasi	: 1995
Kepemilikan Tanah Bangunan	: Wakaf dan kepemilikan pondok
Luas Tanah	: 90.000 m2
Luas Bangunan	: 60.000 m2
Kurikulum Negeri	: Kementerian Pendidikan Nasional

Kurikulum Pondok	: Pondok Modern Darussalam Gontor
Jumlah Pegawai	: 344 orang
Jumlah Santriwati	: 1.461

5. Logo



Gambar 4.1 Logo Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

6. Pengurus Yayasan dan Pengurus Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

a. Pembina Yayasan

- | | |
|------------------|-----------------------------------|
| 1) Ketua Pembina | : Prof. Dr. H. A. Athoillah, M.Ag |
| 2) Pembina | : H. Anang Syukeri |
| 3) Pembina | : Drs. H. Wahyu Syawalliani |
| 4) Pembina | : H. Taufiq Syarbini, SE |
| 5) Pembina | : H. Bakeran Ladjim |

b. Pengawas Yayasan

- | | |
|-------------------|-----------------------------|
| 1) Ketua Pengawas | : AKBD. Riduan arief Waluyo |
| 2) Pengawas | : H. Riswadi, S.H, M.H |
| 3) Pengawas | : Ir. Ramdani Purnomo |

c. Pengurus Yayasan

- 1) Ketua : Dr. H. Abdul Karim, SH, M.Ikom
- 2) Wakil Ketua : Ir. Fauzian Noor Ilmi
- 3) Sekertaris : H. M. Hanafi
- 4) Bendahara : Nor Hikmah, S.Pd
- 5) Wakil Bendahara : Rakhmadani Kurniawan, SE

d. Pengurus Pondok

- 1) Pimpinan : Drs. KH. Syahrudi Ramli, M.Fil.I
- 2) Wakil Pimpinan : Abdullah Husin, S.Ag, M.Pd.I
- 3) Sekretaris : Muhammad Firdaus Nuzula, Lc
- 4) Kepala Biro Pengajaran : Wahyu Nurdiansyah, S.Fil.I
- 5) Kepala Biro Pengasuhan : Muhammad Yusuf, S.Pd.I
- 6) Kepala Bagian Minat Bakat : Adi Maryadi, S.S
- 7) Kepala Biro Rumah Tangga : H. Hendro Effendy, M.M
- 8) Kepala Sarana Prasarana : Hamdani, S.Kom

e. Kepala Lembaga Pendidikan

- 1) Kepala SMA : Ummi Kulsum, S.Pd
- 2) Kepala SMP : Eni Zulaikha, S.Pd.I
- 3) Kepala SD : Khadijah, S.Pd., S.Pd.I
- 4) Kepala Paud : Hasnawati, S.Pd.I

7. Struktur Sekretariat Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

a. Sekretaris Pondok:

Muhammad Firdaus Nuzula, Lc.

b. Kasubbag Keuangan dan Pelaporan:

Yuliani, S.Pd

c. Kasubbag Humas dan Administrasi Umum:

Yunizar Ramdhani, S.Fil.I, M.Pd.I

d. Kasubbag Media Informasi dan Dokumentasi:

Ahmad Rifani, S.Kom

e. Pelaksana Bagian Humas dan Administrasi:

Nur Sophia Rahmah, S.Pd

f. Pelaksana Bagian Humas dan Administrasi:

Elfa Rosanti, S.Pd

g. Pelaksana Bagian Keuangan dan Pelaporan:

Sadriah, S. Pd., S. Kom

h. Pelaksana Bagian Keuangan dan Pelaporan:

Umami Kalsum, C. Ce

i. Pelaksana Bagian Humas dan Administrasi:

Khaidir Umar

j. Pelaksana Bagian Humas dan Administrasi:

Mega Afriana, S.Pd

k. Pelaksana Bagian Media Informasi dan Dokumentasi:

Gealita Pangestu

1. Pelaksana Bagian Humas dan Administrasi:

Marlina

8. Gambaran Umum Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Humas atau Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri memiliki fungsi yang sangat penting dalam menciptakan, menjaga, serta meningkatkan citra positif lembaga di mata publik. Dalam lingkungan pesantren yang modern, peran humas tidak hanya terbatas pada publikasi internal, tetapi juga menjadi alat untuk berkomunikasi secara strategis antara pondok dengan masyarakat, orang tua santri, serta calon santriwati. Humas bertindak sebagai jembatan penghubung informasi yang mengaitkan pesantren dengan publik melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terencana, terarah, dan berkelanjutan.

Adanya Tim Media Humas di Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dipicu oleh kebutuhan lembaga untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin cepat. Menurut penjelasan dari Ustadz Yunizar Ramadhani Ketua Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, pembentukan tim media sosial dimulai dari kesadaran bahwa media sosial, khususnya Instagram, adalah cara yang efektif untuk memperkenalkan berbagai kegiatan pesantren kepada masyarakat luas.

“Awalnya kami melihat banyak pondok lain sudah punya akun media sosial yang aktif, sementara Darul Hijrah Putri waktu itu belum terlalu dikenal di dunia digital. Maka kami bentuk tim khusus supaya kegiatan pesantren bisa didokumentasikan dan disebarakan secara positif ke masyarakat.”⁵³

⁵³ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumen tim media humas di Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, terungkap bahwa tim media humas berada di bawah pengawasan Sekretariat Pondok dan menjadi bagian penting dari struktur kerja Bidang Hubungan Masyarakat.

Struktur tim media humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dibentuk berdasarkan struktur organisasi resmi Sekretariat Pondok yang tercantum dalam dokumen struktur kelembagaan. Dalam struktur Sekretariat, Ustadz Yunizar Ramadhani, S.Fil.I., M.Pd.I. tercatat sebagai Kasubbag Humas dan Administrasi Umum, sementara Ustadz Ahmad Rifani, S.Kom. menjabat sebagai Kasubbag Media Informasi dan Dokumentasi. Kedua jabatan ini secara langsung berkaitan dengan fungsi kehumasan dan pengelolaan informasi, sehingga keduanya juga memegang posisi strategis dalam Tim Media Humas.

Secara operasional, Ustadz Yunizar Ramadhani berperan sebagai ketua tim media humas, sejalan dengan tugas pokok dan fungsinya sebagai Kasubbag Humas yang bertanggung jawab atas perencanaan, pengawasan, dan pengendalian seluruh aktivitas komunikasi publik pondok. Dengan posisi tersebut, ia memimpin perumusan strategi konten, penentuan kebijakan publikasi, pengawasan mutu informasi yang disampaikan melalui media sosial pondok, serta ikut andil dalam *editing*.

Sementara itu, Ustadz Ahmad Rifani, S.Kom., yang dalam struktur Sekretariat menjabat sebagai Kasubbag Media Informasi dan Dokumentasi, menjalankan fungsi teknis sebagai Editor Tim Media Humas. Tugas ini sesuai dengan kapasitasnya dalam bidang teknologi informasi dan dokumentasi digital,

sehingga ia bertanggung jawab dalam proses penyuntingan konten, seleksi kelayakan unggahan, serta memastikan bahwa setiap materi visual maupun tekstual memenuhi standar komunikasi pesantren.

Pada pelaksanaannya, struktur tim diperkuat oleh Ustadzah Gealita Pangestu sebagai kru lapangan, yang juga tercatat dalam struktur Sekretariat sebagai Pelaksana Bagian Media Informasi dan Dokumentasi. Tugasnya mencakup pengambilan foto, video, dan dokumentasi lapangan. Selain itu, tim ini didukung oleh anggota Organisasi Santriwati Darul Hijrah Putri (OSDA) tim media yang bertugas membantu proses produksi konten, terutama pengambilan dokumentasi dan pembuatan konten kreatif.

Dengan demikian, struktur Tim Media Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri merupakan bentuk integrasi antara struktur formal Sekretariat dengan pembagian tugas operasional di lapangan. Untuk memastikan proses publikasi berjalan profesional, pondok menetapkan susunan Tim Media Humas yang bekerja secara terstruktur. Adapun struktur Tim Media Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri adalah sebagai berikut:

- a. Ketua Tim Media Humas : Yunizar Ramadhani, S.Fil.I., M.Pd.I.
- b. Editor : Ahmad Rifani, S.Kom.
- c. Kru Lapangan : Gealita Pangestu
Pengurus OSDA bagian Jurnalistik dan
Media Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadz Yunizar Ramadhani selaku Ketua Tim Media Humas, beliau menjelaskan bahwa struktur tim yang berjalan saat

ini merupakan gabungan antara struktur formal Sekretariat dan pembagian tugas operasional di lapangan.

“Sebenarnya struktur Tim Media Humas itu mengikuti struktur resmi Sekretariat. Jadi saya memimpin tim karena di Sekretariat saya memang bertugas sebagai Kasubbag Humas. Di bagian media, ada Ustadz Ahmad Rifani yang pegang peran editor karena beliau yang membawahi Media Informasi dan Dokumentasi. Untuk lapangan, ada Ustadzah Gealita yang turun langsung ambil foto dan video, dibantu anak-anak OSDA bagian jurnalistik. Jadi kami menggabungkan struktur formal dengan pembagian tugas di lapangan supaya kerja media ini lebih rapi dan terarah.”⁵⁴

Adapun dalam Standar Operasional pondok pesantren darul hijrah putri bahwa pengelolaan Instagram pondok dilakukan oleh sebuah tim media humas yang terdiri dari:

- a. Ketua Tim (Redaktur): memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, memberikan persetujuan, dan mengawasi semua konten yang akan dipublikasikan. Selain itu, Ketua tim juga melakukan koordinasi langsung dengan Sekretariat Pondok.
- b. Editor (Penyunting Media): berfungsi untuk mengedit dan menyempurnakan foto atau video sebelum diunggah, memastikan bahwa format, bahasa, serta estetika konten sudah sesuai.
- c. Kru Lapangan (Dokumentator): bertindak sebagai pelaksana teknis di lokasi yang mendokumentasikan aktivitas pesantren, mengambil gambar, dan melakukan wawancara ringan apabila diperlukan.⁵⁵

Sebagai bagian yang bertanggung jawab atas komunikasi dan hubungan masyarakat, tim media humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri memanfaatkan

⁵⁴ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

⁵⁵ Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, Standar Operasional Pengelolaan Media Sosial, 2025.

platform media sosial sebagai salah satu cara utama dalam menyampaikan berita dan membangun citra lembaga. Menurut SOP Media Sosial yang berlaku di pondok, penggunaan media sosial didasarkan pada sifatnya yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten secara langsung dan menyebarkannya dengan cepat, luas, serta lebih fleksibel.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Untuk menganalisa strategi komunikasi yang dijalankan oleh Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri melalui media sosial, peneliti mengaplikasikan teori strategi komunikasi hubungan masyarakat oleh Ronald D. Smith dan teori manajemen hubungan masyarakat oleh Cutlip, Center, dan Broom. Teori Ronald D. Smith digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi Humas, sedangkan teori Cutlip, Center, dan Broom digunakan untuk melihat proses manajemen Humas secara keseluruhan.

a. *Fact Finding* (Pengumpulan Fakta)

Tahap *fact finding* dilakukan untuk mengetahui sumber informasi yang digunakan publik untuk mengenal pondok, kebutuhan informasi apa yang paling dibutuhkan wali santri dan masyarakat, serta bagaimana proses pengelolaan konten dilakukan oleh tim media humas. Melalui wawancara, tim ingin memperoleh gambaran mengenai informasi apa yang harus disampaikan, disimpan, dan diprioritaskan dalam komunikasi publik pondok.

Seluruh unsur tim media humas terlibat dalam tahap ini. Ketua tim menentukan fokus informasi yang perlu digali, editor mengidentifikasi kebutuhan konten digital, sedangkan kru lapangan bersama OSDA mengumpulkan data operasional dan dokumentasi kegiatan di lapangan. Keterlibatan semua unsur ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai persepsi publik, kebutuhan informasi, serta kondisi aktual pengelolaan media sosial pondok, yang kemudian menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi selanjutnya.

Peneliti terlebih dahulu melakukan penggalan informasi secara menyeluruh untuk memahami bagaimana publik mengenal Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri serta jenis kebutuhan komunikasi yang mereka miliki. Proses ini dilakukan melalui wawancara dengan wali santriwati yang dianggap mewakili pengalaman dan persepsi publik utama. Salah satu wali santriwati, Rabiatus Hasanah mengatakan ;

*“saya pribadi pertama kali tahu pondok darul hijrah putri dari kerabat dekat, kebetulan dulu keponakan saya sudah lebih dulu masuk pondok. Lalu saya direkomendasikan dengan tetangga saya juga yang kebetulan anaknya sekolah di darul hijrah putri untuk langsung melihat instagram darul hijrah putri karena katanya disitu kita bisa lihat kegiatan-kegiatan santriwatinya.”*⁵⁶

Dari hasil wawancara tersebut, terungkap bahwa wali santriwati pertama kali mengetahui informasi mengenai pondok melalui jaringan kedekatan sosial, seperti rekomendasi dari tetangga dan keluarga yang telah lebih dulu memiliki pengalaman dengan pondok tersebut. Sumber informasi interpersonal ini dinilai lebih meyakinkan karena dianggap lebih kredibel dan didasarkan pada pengalaman langsung.

⁵⁶ Rabiatus Hasanah, wawancara Peneliti, Martapura, 4 Oktober 2025.

Selain itu, media sosial terutama akun Instagram resmi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri juga menjadi rujukan penting bagi wali santri dalam memperoleh informasi. *Platform* tersebut memberikan akses cepat dan mudah terhadap berbagai konten aktual mengenai kegiatan santri, program pendidikan, fasilitas, hingga pengumuman resmi dari pihak pondok.

Temuan tersebut diperkuat oleh kebutuhan komunikasi wali santriwati, Ibu Eti salah satu wali santriwati yang menginginkan informasi dari pihak pondok disampaikan secara jelas, cepat, dan mudah diakses, terutama yang berkaitan dengan perkembangan kegiatan putri mereka selama berada di lingkungan pesantren.

*“Tentunya saya sebagai orang tua yang anaknya sekolah jauh ya, selalu ingin tau bagaimana keadaan anak saya dan juga ada informasi terbaru apa di pondok. Apa lagi kalau di postingan pondok ada wajah anak saya, senang banget rasanya.”*⁵⁷

Wali santri menilai bahwa transparansi informasi dan responsivitas pihak pondok sangat membantu mereka dalam memantau aktivitas putri mereka meskipun tidak dapat berinteraksi secara langsung setiap hari. Kebutuhan ini mencerminkan harapan wali santri terhadap sistem komunikasi yang terstruktur dan akurat, baik dalam bentuk pengumuman resmi maupun pembaruan rutin mengenai kegiatan harian santri.

Selain dari tim media humas, tim media humas dibantu oleh Organisasi Santriwati Darul Hijrah Putri (OSDA) untuk pembuatan konten-konten menarik yang setiap minggunya diunggah. OSDA memainkan peran penting dalam

⁵⁷ Eti, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

menghasilkan konten yang nyata dan berbasis fakta, karena mereka terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari di pondok. Sebagaimana dijelaskan oleh Yunizar Ramadhani selaku ketua Humas:

*“Anak-anak OSDA juga dilibatkan untuk bantu dokumentasi dan buat konten. Jadi bukan cuma bagian humas yang kerja, tapi santriwati juga ikut karena mereka yang paling tahu bagaimana menarik perhatian generasi sekarang di media sosial.”*⁵⁸

Struktur yang terencana dengan baik ini membuat cara kerja tim media berlangsung lebih teratur, mulai dari tahap perencanaan hingga tahap publikasi. Dengan pembagian tugas yang jelas, tim media humas dapat beroperasi dengan efisien dalam mendukung fungsi humas, baik dalam dokumentasi, penyebaran informasi, maupun penciptaan citra positif Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri di dunia digital.

Pengumpulan fakta juga dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas pondok, seperti pengajian rutin, proses pembelajaran, kegiatan ekstrakurikuler, hingga acara-acara keagamaan. Dokumentasi dari aktivitas ini menjadi bahan pokok dalam pembuatan konten visual dan narasi, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima oleh khalayak. Ustadz Yunizar Ramadhani ketua tim media humas, menekankan bahwa pengumpulan fakta tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan aktivitas, tetapi juga untuk memahami kebutuhan informasi masyarakat.

“Kami selalu memastikan bahwa setiap informasi yang kami kumpulkan akurat dan sesuai dengan karakter pesantren. Selain itu, kami memperhatikan apa yang dibutuhkan masyarakat dan orang tua santriwati. Bisa dikatakan ini menjadi dasar untuk merencanakan konten dari

⁵⁸ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

komunikasi yang kami lakukan agar lebih efektif.”⁵⁹

Selain itu, tim media humas secara terus-menerus memantau respons masyarakat terhadap konten sebelumnya, termasuk interaksi seperti suka, komentar, dan bagikan. Hal ini membantu tim media untuk mengetahui konten mana yang berhasil menarik perhatian publik dan menyesuaikan strategi komunikasi kedepannya.

b. Perencanaan

Menyadari betapa pentingnya komunikasi di era digital, Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri mulai menyusun rencana komunikasi yang terfokus dan terstruktur dengan memanfaatkan media sosial. Melalui akun Instagram resmi @ponpes.darulhijrahputri, lembaga ini berusaha untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat, orang tua santri, serta calon murid. Akun ini berfungsi sebagai alat yang efisien untuk menyebarkan informasi, mendokumentasikan acara-acara, sekaligus memperkuat citra lembaga sebagai pesantren yang dinamis, responsif, dan modern. Dalam wawancara, Ustadz Yunizar Ramadhani selaku ketua tim media humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri menjelaskan:

“Tujuan dibuatnya akun Instagram ini untuk memperkenalkan kegiatan pesantren kepada masyarakat luas. Banyak orang tua santri dan masyarakat umum yang ingin tahu aktivitas di dalam pondok, jadi kami memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi. Selain itu, lewat Instagram kami juga bisa menampilkan sisi positif pesantren agar lebih dikenal secara luas.”⁶⁰

⁵⁹ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

⁶⁰ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

Pernyataan tersebut menunjukkan pemahaman yang kuat mengenai peran penting media sosial, terutama Instagram, sebagai alat komunikasi luar lembaga. Melalui platform ini, Humas pesantren tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga berusaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, termasuk orang tua santri, calon santri, serta masyarakat umum.

Penentuan pesan utama menjadi langkah strategis penting dalam perencanaan komunikasi, karena memastikan setiap konten yang dipublikasikan selaras dengan tujuan komunikasi pondok dan dapat memenuhi kebutuhan publik. Dengan adanya pesan utama yang jelas, tim media dapat mengarahkan pembuatan konten, mulai dari penyusunan *caption*, pemilihan visual, hingga penyampaian informasi, sehingga pesan yang diterima wali santri maupun masyarakat lebih konsisten, mudah dipahami, dan mampu membentuk persepsi positif terhadap Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Ketua tim media media, Ustadz Yunizar Ramadhani menjelaskan pesan utama yang menjadi fokus komunikasi.

*“Kami ingin setiap wali santri bisa melihat aktivitas putrinya di pondok, supaya mereka merasa tenang dan tahu perkembangan anaknya. Lalu kami selalu berusaha menekankan kegiatan yang menumbuhkan karakter dan kedisiplinan santri, bukan hanya sekedar dokumentasi kegiatan sehari-hari. Kami biasanya pilih konten yang bisa menunjukkan profesionalisme dan keunikan pondok. Jadi, setiap orang yang melihat media sosial kami langsung bisa tahu dan mengenal citra pondok.”*⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara, ditetapkan tiga pesan utama yang menjadi fokus komunikasi.

- 1) Menampilkan kegiatan santri secara positif dan informatif.

⁶¹ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

Penekanan pada kegiatan sehari-hari santri, baik akademik maupun non-akademik, bertujuan memberikan informasi yang jelas dan faktual kepada wali santri dan masyarakat. Penyampaian kegiatan yang terstruktur ini diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap pengelolaan pendidikan di pondok serta membangun citra positif di mata khalayak.

- 2) Menonjolkan nilai-nilai pendidikan pesantren. Konten yang diunggah tidak hanya menampilkan aktivitas, tetapi juga menekankan prinsip-prinsip keagamaan, kedisiplinan, dan karakter santri yang menjadi ciri khas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Penekanan pada nilai-nilai pendidikan ini berperan dalam memperkuat identitas pondok serta meningkatkan pemahaman publik mengenai filosofi pendidikan pesantren.
- 3) Memperkuat citra pondok melalui konten visual dan teks. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan foto, video, dan *caption* yang menarik, informatif, dan konsisten dengan karakter pondok. Penyusunan konten visual dan narasi teks yang tepat bertujuan membangun persepsi positif publik, meningkatkan engagement, dan menciptakan citra yang profesional serta kredibel bagi pondok.

Penggunaan Instagram untuk mempublikasikan kegiatan pesantren menunjukkan bahwa Humas menyadari pentingnya memberikan transparansi dan akses informasi di era digital. Dengan rutin mengunggah berbagai dokumentasi kegiatan di Instagram, pesantren mampu menciptakan citra yang positif sebagai

lembaga pendidikan Islam yang dinamis, modern, dan responsif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Berdasarkan wawancara dengan tim media humas dan pedoman SOP pondok, konten yang dipublikasikan melalui media sosial, khususnya Instagram, dibagi ke dalam beberapa jenis.

Pertama, dokumentasi kegiatan harian santri. Konten ini mencakup aktivitas akademik, pengajian, ekstrakurikuler, dan kegiatan rutin lainnya. Tujuannya adalah memberikan informasi faktual kepada wali santri mengenai perkembangan putrinya sekaligus menampilkan kegiatan santri secara positif.

Kedua, pengumuman resmi. Konten ini berisi informasi penting yang bersifat formal, seperti pengumuman jadwal kunjungan, perubahan kebijakan, atau informasi administrasi lainnya.

*"Kami posting juga tentang pengumuman dari pondok, misalkan seperti kemarin ada pengumuman siapa saja yang boleh menonton panggung gembira. pengumuman resmi kami posting supaya masyarakat mendapatkan informasi terbaru."*⁶²

Pengumuman resmi bertujuan memastikan wali santri dan publik memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipercaya, sesuai dengan SOP pengelolaan media sosial pondok.

Ketiga, informasi program dan agenda pondok. Konten ini memberikan gambaran tentang kegiatan jangka panjang atau agenda khusus pondok, seperti program tahunan, workshop, atau kegiatan pembinaan santri. Penyampaian konten ini bertujuan menumbuhkan kesadaran publik terhadap perencanaan dan program pendidikan yang diterapkan di pondok.

⁶² Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

Keempat, liputan acara internal dan eksternal. Konten jenis ini mencakup dokumentasi kegiatan khusus baik yang diselenggarakan di lingkungan pondok maupun kerjasama dengan pihak luar. Liputan acara berfungsi untuk menunjukkan partisipasi pondok dalam kegiatan sosial dan pendidikan, sekaligus memperkuat citra pondok sebagai lembaga yang aktif dan kredibel.

Dan yang kelima, konten edukatif atau religius. Konten ini menekankan nilai-nilai keagamaan, moral, dan pembiasaan karakter, sehingga publik dapat memahami prinsip-prinsip pendidikan pesantren yang diterapkan. Sesuai wawancara dengan tim media, konten edukatif dipilih secara selektif agar tetap relevan dan tidak berlebihan, tetapi tetap memperkuat citra pendidikan berbasis pesantren.

Selain itu, penyusunan jadwal dan kalender konten penting dalam perencanaan komunikasi, karena memastikan konsistensi dan keteraturan publikasi informasi melalui media sosial. Ustadz Yunizar Ramadhani selaku ketua tim media humas menjelaskan, setiap perencanaan konten dibuat melalui penyusunan content plan mingguan atau bulanan, yang menjadi acuan dalam menentukan alur produksi konten agar proses publikasi berjalan lebih terstruktur dan terarah.

*“Kami punya jadwal tetap setiap minggu. Biasanya hari senin kami rapat membahas rencana unggahan untuk konten yang akan dibuat. Lalu untuk acara besar, misalnya kalau ada haflah, LPTB, atau acara pondok lainnya, kami siapkan konsepnya dari jauh-jauh hari supaya dokumentasinya lengkap.”*⁶³

Content plan disusun untuk memetakan jenis konten, tema, dan waktu publikasi sehingga setiap unggahan dapat selaras dengan pesan utama pondok dan

⁶³ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.

kebutuhan publik. Penyusunan content plan ini juga mempermudah koordinasi antar anggota tim media dan menjamin kontinuitas penyampaian informasi yang efektif serta konsisten.

Setiap kegiatan pondok dijadwalkan untuk diliput secara sistematis agar dokumentasi yang dihasilkan lengkap, faktual, dan sesuai dengan agenda pondok.

Ustadzah Gealita Pangestu, selaku kru lapangan tim media humas menjelaskan :

“Setiap kegiatan di pondok itu sudah ada jadwalnya, jadi kami dari tim media sudah ada jadwal liputan kegiatan juga karena mengikuti jadwal pondok, kalau untuk acara-acara pondok biasanya sudah ada jadwalnya dari jauh hari, jadi kami mempersiapkan kebutuhan juga dari jauh hari, tapi kalau seperti untuk konten inspiratif itu setiap minggu.”⁶⁴

Selanjutnya OSDA tim media juga menjelaskan:

“Jadwal kami dua kali setiap minggu itu harus ada konten yang dibuat, jadi setelah kami dapat konsep konten nantinya H-1 atau H-2 sebelum hari liputan, kami sudah cari talent dan kami briefing terkait konten yang akan dibuat.”⁶⁵

Dari wawancara tersebut, setiap kegiatan baik yang rutin maupun khusus, dijadwalkan untuk diliput secara sistematis agar dokumentasi yang dihasilkan lengkap, akurat, dan sesuai dengan agenda pondok. Penjadwalan ini tidak hanya memastikan ketersediaan rekaman atau foto yang representatif, tetapi juga memudahkan tim media dalam mempersiapkan peralatan, menentukan talent yang akan ditampilkan, serta mengantisipasi kendala teknis seperti cuaca atau keterbatasan waktu. Dengan demikian, proses dokumentasi dapat berjalan lebih terstruktur, efektif, dan menghasilkan konten yang informatif bagi wali santri maupun masyarakat luas. Namun, dalam pengamatan peneliti, ditemukan bahwa

⁶⁴ Gealita Pangestu, wawancara Peneliti, Martapura, 18 November 2025.

⁶⁵ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

pengunggahan konten pada media sosial instagram pondok pesantren darul hijrah putri terdapat periode tertentu dimana pengunggahan konten tidak dilakukan selama kurang lebih satu minggu.

Selanjutnya, strategi penyusunan konten juga berbasis pada nilai-nilai etika komunikasi digital yang tercantum dalam SOP lembaga. Prinsip-prinsip tersebut mencakup:

- 1) Penggunaan bahasa yang santun, komunikatif, dan tidak provokatif.
- 2) Pemilihan visual yang mencerminkan aktivitas positif serta menyoroti nilai-nilai kesederhanaan pesantren.
- 3) Setiap unggahan harus menampilkan identitas lembaga seperti logo, nama, dan watermark resmi pondok.
- 4) Komentar yang bersifat negatif atau konten yang berpotensi menimbulkan kontroversi dikelola dengan bijak untuk menjaga reputasi lembaga.⁶⁶

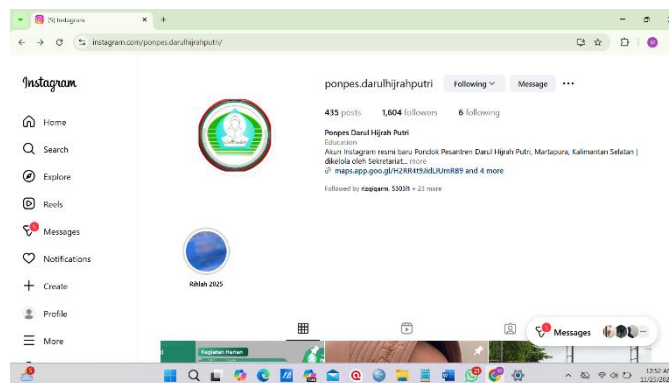
c. Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial, Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri menghadapi tantangan terkait akun Instagram resminya. Akun sebelumnya, yang memiliki sekitar 14.000 pengikut, mengalami *hack* sehingga tidak dapat dikelola secara optimal. Sebagai langkah antisipatif, pondok kemudian membuat akun baru yang hingga saat ini memiliki sekitar 1.600 pengikut.

Tim media humas pondok kemudian menyesuaikan strategi publikasi di akun baru ini, mulai dari perencanaan konten, penentuan pesan utama, hingga

⁶⁶ Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, Standar Operasional Pengelolaan Media Sosial, 2025.

penjadwalan unggahan secara rutin, agar informasi mengenai kegiatan dan program pondok tetap dapat tersampaikan kepada wali santri dan masyarakat secara efektif. Meski jumlah pengikut lebih sedikit dibanding akun sebelumnya, fokus tim media adalah membangun kredibilitas dan citra positif pondok secara bertahap melalui konten yang konsisten, informatif, dan menarik.



Gambar 4.2 Akun Instagram Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

Pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri diwujudkan melalui implementasi konten yang dilakukan secara terencana dan konsisten. Berdasarkan pengamatan di lapangan, setiap acara yang diadakan di pondok seperti upacara tahunan, kegiatan keagamaan, atau perlombaan antar pondok selalu didokumentasikan oleh tim media. Proses dokumentasi dilakukan dengan mempertimbangkan aspek estetika visual dan etika berpakaian santriwati agar sesuai dengan nilai-nilai keislaman lembaga. Hasil konten akan diseleksi oleh ketua tim media humas sebelum siap untuk diunggah. Proses seleksi ini sangat penting agar setiap konten benar-benar merepresentasikan citra pondok sebagai lembaga pendidikan Islam yang berakhlak dan bermartabat.

Dalam wawancara dengan ketua tim media humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, dijelaskan bahwa setiap kegiatan komunikasi selalu menekankan kesesuaian pesan dengan nilai-nilai pesantren serta kebutuhan informasi dari masyarakat.

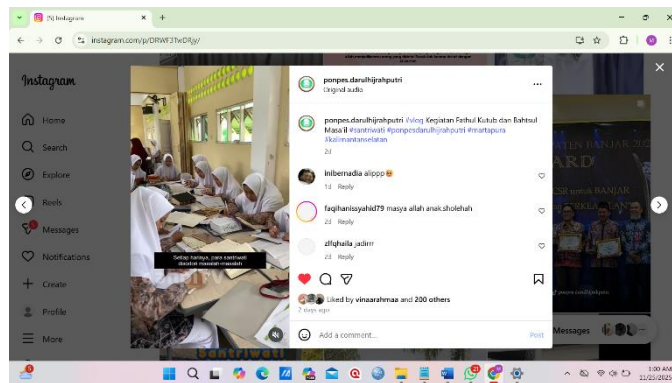
“Kami selalu pastikan setiap konten yang dipublikasikan itu sesuai dengan karakter lembaga. Tidak boleh asal unggah. Harus ada nilai edukatifnya, mengandung dakwah, dan tentu mencerminkan akhlak pesantren. Kami juga tidak memperlihatkan kamar santriwati dan kamar mandi. Karena bagaimanapun juga mereka perempuan. Jadi sebelum diposting, kami selalu diskusikan dulu bersama tim.”⁶⁷

Kegiatan produksi konten di Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dilakukan melalui dua jalur, yaitu oleh OSDA tim media dan oleh tim media Humas. Keduanya memiliki fokus dan tanggung jawab yang berbeda, namun sama-sama berkontribusi dalam penyediaan materi publikasi untuk Instagram resmi pondok.

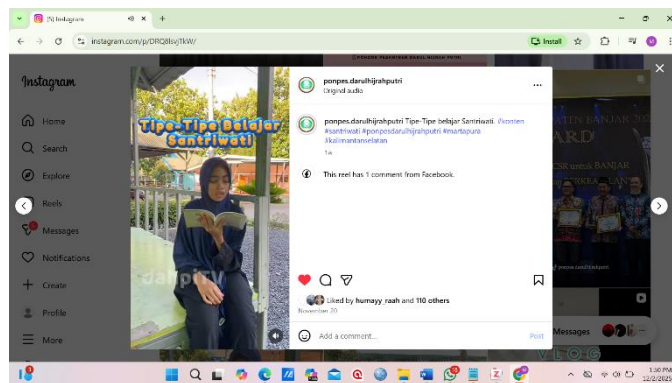
1) Pelaksanaan Produksi Konten oleh OSDA Tim Media

Pelaksanaan produksi konten oleh santriwati OSDA dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu perekaman langsung kegiatan santriwati serta pembuatan konten yang dikembangkan dari ide-ide kreatif yang terinspirasi oleh kehidupan di pondok. Dalam perekaman langsung, kru lapangan OSDA bertugas mendokumentasikan berbagai aktivitas yang sedang berlangsung, seperti proses belajar-mengajar, kebersihan area pondok, kegiatan ibadah, hingga program khusus yang diadakan oleh pesantren. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bahan utama untuk konten informatif maupun liputan kegiatan yang dibutuhkan oleh Media Humas.

⁶⁷ Yunizar Ramadhani, wawancara Peneliti, Martapura, 25 Juli 2025.



Gambar 4.3 Konten Kegiatan *Fathul Kutub* dan *Bahtsul Masa'il*



Gambar 4.4 Konten Inspiratif

Selain perekaman langsung seperti pada gambar 4.3, OSDA juga mengembangkan konten berdasarkan ide visual yang muncul dari pengamatan terhadap suasana dan kebiasaan sehari-hari para santri seperti contoh pada gambar 4.4 . Pada proses ini, OSDA tim media merancang konsep sederhana mengenai adegan, gaya visual, atau pesan yang ingin disampaikan, kemudian mengatur pengambilan gambar agar lebih representatif dan sesuai dengan karakter media pondok. Kombinasi kedua pendekatan tersebut memungkinkan OSDA tim media menghasilkan konten yang bersifat informatif sekaligus kreatif. Pernyataan tersebut diperkuat oleh salah satu anggota OSDA tim media yang menyatakan:

“Kami meliput kegiatan santri secara langsung dan juga ada yang tidak secara langsung. Kalau untuk yang tidak langsung biasanya ada ide muncul dari hal-hal yang kami lihat sehari-hari di pondok. Setelah itu, kami membuat konsep dan mengatur pengambilan gambarnya supaya lebih rapi dan sesuai dengan gaya media pondok.”⁶⁸

Setelah proses perekaman atau penangkapan gambar selesai, rekaman video diserahkan kepada editor OSDA tim media untuk langkah pengolahan selanjutnya. Penyuntingan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak yang sebagian besar gratis atau tidak berbayar, namun editor tetap memastikan bahwa kualitas video memenuhi standar yang diharapkan. Langkah-langkah dalam editing mencakup pemilihan klip terbaik, pengaturan warna, penyusunan alur video, dan pemilihan audio yang sesuai serta relevan dengan karakter pesantren.

Materi yang telah disunting kemudian diserahkan kepada ketua tim media humas untuk dilakukan evaluasi akhir. Ketua tim media humas melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa video tersebut telah memenuhi standar operasional prosedur, termasuk aspek teknis pengambilan gambar, kestabilan kamera, komposisi visual, kesesuaian audio, serta kepatuhan terhadap norma dan nilai pesantren. Jika konten dianggap belum memenuhi persyaratan, editor dan OSDA tim media diminta untuk melakukan perbaikan sebelum materi tersebut melanjutkan ke tahap berikutnya. Setelah dinyatakan sesuai, video ini akan diserahkan kepada admin tim media humas untuk dijadwalkan dalam distribusi konten resmi pondok. Hal ini juga dijelaskan oleh salah satu anggota OSDA tim media yang menyatakan bahwa,

“Setelah video selesai kami edit, biasanya kami lapor dulu ke ketua tim media humas. Beliau yang mengecek apakah pengambilan videonya sudah sesuai

⁶⁸ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

*atau belum, termasuk sound yang dipakai. Kalau masih ada yang kurang, kami diminta revisi lagi sebelum videonya lanjut ke admin untuk diposting”*⁶⁹

Dalam pelaksanaannya, video yang dibuat oleh OSDA tim media diunggah sesuai dengan tujuan penyampaian pesan yang diinginkan. Konten video dipilih karena dapat menyajikan suasana, interaksi, dan serangkaian kegiatan dengan cara yang lebih menarik dan hidup untuk penonton. Setiap video dirancang agar durasinya sesuai dengan platform yang digunakan, sambil tetap fokus pada esensi kegiatan yang ingin ditampilkan. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu anggota OSDA tim media :

*“Ketika kami membuat video, kami memilih momen dan panjang adegan yang paling sesuai agar pesan dari kegiatan tersebut dapat tersampaikan dengan jelas. Kalau untuk caption yang buat dari tim media humas, captionnya dibuat singkat tapi tetap mencerminkan inti kegiatan dan nilai-nilai pesantren.”*⁷⁰

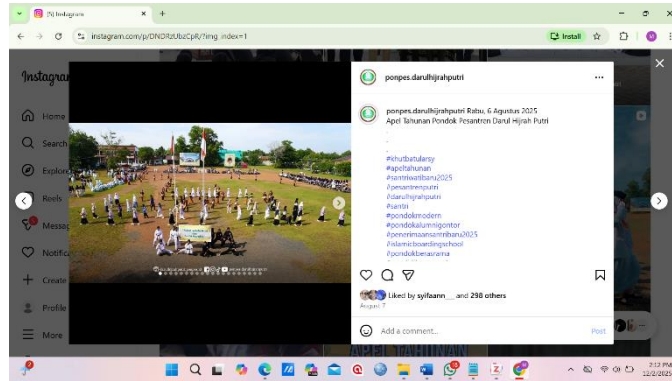
Proses ini juga melibatkan pengaturan elemen visual dan pemilihan audio yang sesuai dengan karakter pesantren. *Caption* video disusun dengan bahasa yang mudah dipahami, informatif, dan sederhana, sehingga audiens dapat mengerti konteks atau pesan yang disampaikan, dan tetap mencerminkan prinsip-prinsip, etika, dan karakter pesantren. Oleh karena itu, setiap video yang diunggah tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif dan representatif. Namun, berdasarkan pengamatan peneliti melalui media sosial Instagram, terdapat periode tertentu di mana pengunggahan konten tidak dilakukan hingga mencapai rentang waktu sekitar satu minggu, yang disebabkan oleh masa libur santriwati sehingga aktivitas pondok berkurang dan materi konten

⁶⁹ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

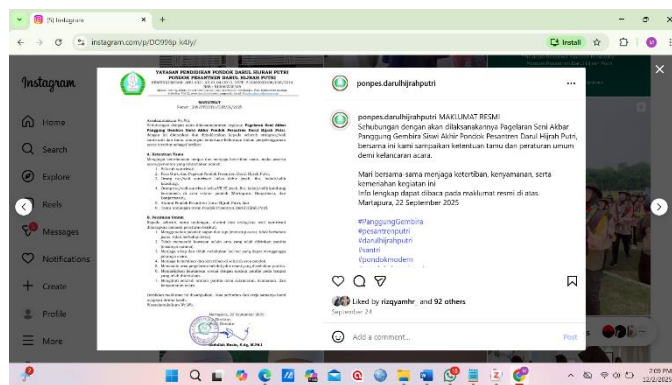
⁷⁰ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

menjadi terbatas.

2) Pelaksanaan Produksi Konten oleh Tim Media Humas



Gambar 4.5 Hasil Foto Apel Tahunan Pondok



Gambar 4.6 Pengumuman Terkait Pagelaran Seni Akbar

Berbeda dengan OSDA yang fokus pada dokumentasi aktivitas setiap hari, tim media humas bertugas untuk menangani pembuatan konten yang bersifat strategis, termasuk pengumuman resmi, peringatan hari besar, informasi program, serta kegiatan internal dan eksternal pondok, Seperti contoh pada gambar 4.5 dan 4.6. Saat tahap pelaksanaan, tim media humas mengikuti rencana konten yang telah dibuat sebelumnya, memastikan bahwa setiap unggahan menyampaikan pesan utama melalui keterangan dan gambar yang menarik serta informatif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ustadzah gealita Pangestu anggota tim

media humas menyatakan bahwa proses pelaksanaan dimulai dari dokumentasi yang dilakukan langsung oleh tim media humas, termasuk pengambilan foto dan video kegiatan yang akan diunggah di Instagram, terutama ketika pondok menyelenggarakan acara penting.

*“Saat ada acara pondok tim media humas selalu siap mendokumentasikan foto dan video. Saat di lapangan orang-orangnya akan terbagi lagi, ada yang memegang khusus foto, ada yang memegang khusus video, dan ada juga yang memegang alat drone. Kalau acara besar seperti LPTB dari tim media humas untuk yang di-upload ke sosial media, dan santriwati juga meliput tapi untuk kaderisasi. Kalau acara besar kami juga selalu dibantu panitia dokumentasi yang berkolaborasi dengan OSDA tim media. Tetapi ada juga acara yang memerlukan untuk sewa orang dari luar seperti pagelaran seni akbar, karena dalam acara tersebut dibutuhkan bagian dokumentasi yang lebih banyak.”*⁷¹

Dalam proses ini, OSDA turut terlibat sebagai pendamping dan tenaga tambahan, membantu pengambilan gambar dan video dari beberapa sudut serta memastikan tidak ada momen penting yang terlewat. Namun, dokumentasi yang diambil oleh santriwati pada acara besar ini tidak digunakan untuk publikasi di media sosial, melainkan hanya untuk keperluan kaderisasi dan pembelajaran internal dalam pengembangan kemampuan dokumentasi mereka. Kolaborasi ini tetap bertujuan agar hasil dokumentasi acara besar dapat tersaji dengan lengkap, representatif, dan sesuai standar visual pondok.

Selain struktur internal yang telah terbentuk, Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri juga menerapkan kebijakan fleksibel dalam pemenuhan kebutuhan dokumentasi. Pada kegiatan tertentu yang memerlukan sumber daya manusia lebih banyak atau membutuhkan kualitas dokumentasi yang lebih kompleks, pihak pondok tidak hanya mengandalkan tim internal, tetapi juga bekerja sama dengan

⁷¹ Gealita Pangestu, wawancara Peneliti, Martapura, 18 November 2025.

tenaga dokumentasi eksternal. Penyediaan tenaga tambahan ini dilakukan secara situasional sesuai dengan skala, kebutuhan teknis, dan tingkat keramaian acara. Dengan demikian, pengelolaan dokumentasi dapat tetap optimal tanpa membebani kapasitas tim media yang ada, serta memastikan bahwa setiap kegiatan besar dapat terdokumentasi secara profesional dan sesuai standar lembaga.

Materi yang terkumpul kemudian masuk ke tahap *editing*, dimana editor tim media humas menyempurnakan tampilan visual dengan penyesuaian warna, penambahan elemen grafis, serta penyusunan narasi agar sesuai dengan identitas komunikasi pondok. Editor juga memastikan bahwa konten tidak bertentangan dengan nilai-nilai pesantren serta tetap sesuai dengan target *audiens*, yaitu wali santri dan masyarakat luas.

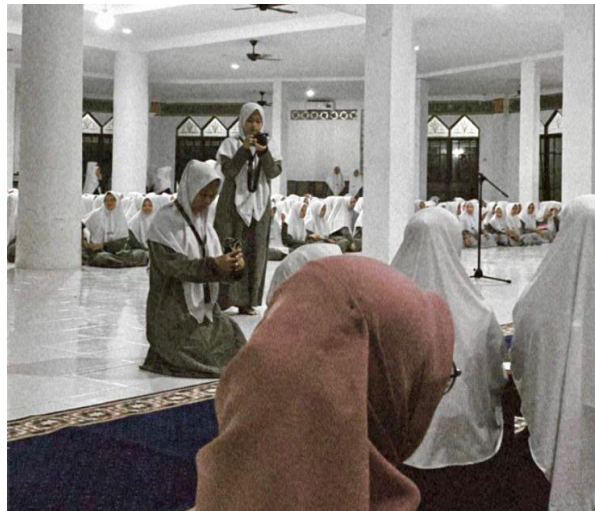
Setelah konten dinyatakan layak, tim media humas melakukan publikasi melalui akun Instagram resmi pondok. Penentuan waktu unggah menjadi bagian penting dalam proses distribusi agar sesuai dengan frekuensi dan momentum yang telah direncanakan sebelumnya. *Caption* untuk setiap unggahan disesuaikan dengan panjang dan kompleksitas pesan, untuk *caption* yang panjang atau memerlukan penjelasan mendetail, penyusunannya dilakukan oleh ketua tim media humas, sedangkan untuk *caption* yang singkat dapat dibuat oleh anggota tim. Hal ini dijelaskan oleh Ustadzah Gealita Pangestu anggota tim media humas.

“Biasanya kalau captionnya panjang atau butuh penjelasan detail, ditulis oleh ketua tim. Tapi kalau cuma singkat dan sederhana, anggota tim boleh membuatnya langsung.”⁷²

Berdasarkan hasil observasi, Tim Media Humas biasanya merespons

⁷² Gealita Pangestu, wawancara Peneliti, Martapura, 18 November 2025.

komentar yang masuk di Instagram, meskipun terdapat beberapa komentar yang tidak sempat dijawab, tergantung pada ketersediaan waktu dan kompleksitas pertanyaan. Selain itu, tim juga berupaya memberikan jawaban atau klarifikasi terhadap pertanyaan dari wali santri sebagai bagian dari upaya menjaga hubungan baik antara pondok dan publiknya.

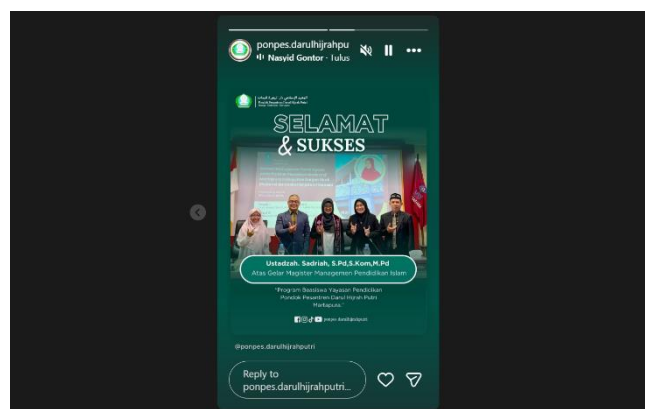


Gambar 4.7 Proses Peliputan oleh OSDA Tim media

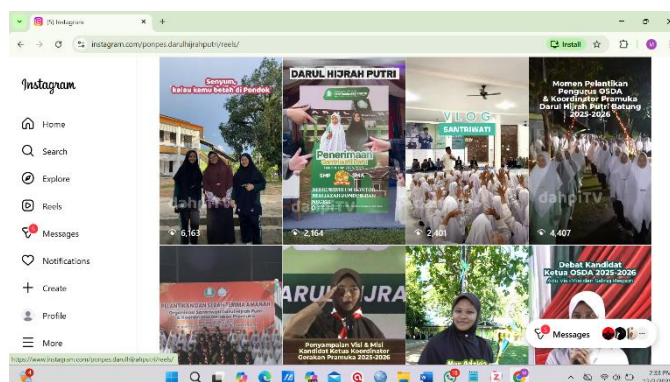


Gambar 4.8 Proses Peliputan oleh Tim Media Humas

Terlihat pada gambar 4.7 dan 4.8 adalah proses OSDA tim media dan tim media humas melakukan proses peliputan saat dilapangan. Dengan demikian, pelaksanaan produksi konten oleh OSDA tim media maupun oleh tim media humas telah berjalan sesuai dengan peran dan tanggung jawab masing-masing. OSDA tim media berfokus pada dokumentasi kegiatan harian santri dan pengolahan konten awal, sedangkan tim media humas menangani produksi konten strategis, pengambilan foto dan video untuk acara penting, penyusunan *caption*, publikasi, serta *monitoring* interaksi publik.



Gambar 4.9 Stories pada Instagram @ponpes.darulhijrahputri



Gambar 4.10 Reels pada Instagram @ponpes.darulhijrahputri

Dalam pelaksanaannya, seperti pada gambar 4.8 dan 4.9 tim media humas memanfaatkan fitur interaktif yang ada di Instagram untuk menguatkan hubungan dengan masyarakat. Dari hasil pengamatan, fitur Instagram *Stories* digunakan untuk membagikan unggahan dari *feed*. Di sisi lain, fitur *Reels* digunakan untuk menampilkan video pendek yang menarik secara visual, seperti penampilan santriwati dalam belajar atau potongan aktivitas lainnya.

Implementasi strategi komunikasi juga menunjukkan adanya disiplin dan manajemen yang baik di dalam lembaga. Berdasarkan pengamatan, tim media secara rutin melakukan koordinasi dengan bagian kegiatan pondok untuk memastikan setiap acara terdokumentasi dengan baik. Setiap anggota tim mengetahui tugasnya masing-masing, dan komunikasi internal berjalan dengan baik.

d. Evaluasi

Pada tahap evaluasi, peneliti berusaha untuk mengukur seberapa efektif strategi komunikasi yang dilaksanakan melalui pengelolaan akun instagram Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dalam mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Penilaian ini dilakukan dengan menganalisis efektivitas implementasi strategi, tingkat penerimaan serta pemahaman pesan oleh masyarakat, dan pengaruh penggunaan media sosial terhadap reputasi pondok. Dengan pendekatan evaluasi ini, peneliti memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam kegiatan komunikasi publik pondok.

1) Evaluasi Efektivitas Strategi Komunikasi Humas.

Evaluasi mengenai efektivitas strategi komunikasi humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dilakukan dengan mengamati sejauh mana pelaksanaan strategi sesuai dengan rencana, apakah frekuensi unggahan tetap terjaga, bagaimana koordinasi antar tim berlangsung, serta bagaimana tim mengatasi tantangan yang muncul di lapangan. Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan berbagai narasumber, strategi komunikasi yang menggunakan Instagram dinilai cukup efektif.

Dari segi konsistensi dalam frekuensi unggahan, penelitian ini mengungkapkan bahwa tim media berhasil menjaga jadwal ritme publikasi sebanyak dua kali dalam seminggu sesuai dengan yang telah direncanakan dalam rapat mingguan. Hal ini juga diungkapkan oleh salah satu OSDA tim media.

“Kami selalu membuat konten dua kali dalam seminggu, itu pasti ada. Dan sebelum kami turun ke lapangan, kami biasanya sudah menyiapkan konten yang ingin dibuat, agar saat hari -H peliputan bisa berjalan dengan lancar. Sedangkan kalau untuk mengunggahnya itu fleksibel saja yang penting dua kali seminggu ada yang diposting.”⁷³

Di samping itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi dalam unggahan memudahkan wali santriwati untuk mendapatkan informasi terkait berbagai aktivitas yang berlangsung di pondok. Rabiatus Hasanah wali santriwati mengungkapkan:

“Saya hampir setiap hari melihat postingan di instagram pondok, ini sangat membantu orang tua dalam memantau kegiatan anak-anak mereka, sekaligus untuk melepas rindu.”⁷⁴

Pernyataan ini menggambarkan bahwa unggahan yang rutin dilakukan memberikan kemudahan akses informasi yang lebih cepat dan mudah bagi orang

⁷³ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

⁷⁴ Rabiatus Hasanah, wawancara Peneliti, Martapura, 4 Oktober 2025.

tua.

Data hasil observasi di lapangan juga menunjukkan bahwa publikasi yang dilakukan dua kali seminggu berlangsung secara konsisten selama periode penelitian. Setiap konten yang diunggah mengikuti pola waktu yang stabil, dengan variasi berupa dokumentasi kegiatan sehari-hari, informasi terkait program, hingga kegiatan khusus yang perlu disampaikan kepada wali santri dan masyarakat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa koordinasi tim dilakukan melalui rapat mingguan untuk menetapkan agenda liputan dan kebutuhan konten, serta melalui briefing singkat sebelum peliputan agar kru lapangan memahami tugasnya. Alur kerja yang terstruktur ini membuat proses produksi konten berjalan lancar, di mana setiap tahap mengikuti pedoman dan SOP yang telah ditetapkan, sehingga koordinasi tim Media Humas berfungsi konsisten sesuai standar pondok.

Namun, hasil evaluasi terhadap pelaksanaan strategi juga menunjukkan adanya sejumlah kendala yang dihadapi tim Media selama proses produksi konten. Dari sisi teknis, keterbatasan aplikasi *editing* menjadi salah satu hambatan utama. OSDA tim media menyampaikan bahwa proses penyuntingan sering terhalang oleh fitur aplikasi yang tidak lengkap, sebagaimana diungkapkan,

“Hambatan yang paling sering dialami ada di aplikasi, karena aplikasinya tidak premium, jadi sedikit susah buat ngedit apalagi kalau cari sound, mau tidak mau kami cari yang free. Biasanya itu yang buat pengeditan jadi agak lama.”⁷⁵

Keterbatasan ini ditemukan berpengaruh terhadap durasi proses editing, terutama ketika tim membutuhkan elemen tambahan seperti audio atau efek tertentu

⁷⁵ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

untuk memperkuat kualitas visual konten.

Di lapangan, hambatan sebagian besar berkaitan dengan kondisi cuaca dan perubahan mendadak dalam kegiatan pondok. Kegiatan yang berlangsung di area terbuka sangat bergantung pada kondisi cuaca, sehingga ketika terjadi hujan atau perubahan lokasi acara, proses dokumentasi harus menyesuaikan situasi.

*"Kalau untuk hambatan di lapangan tentunya ada, tapi yang paling susah itu kalau hujan. Jadi, memang kalau hujan mau tidak mau kegiatan harus ditunda. Saya ingat saat LPTB, tiba-tiba hujan deras sehingga acaranya terpaksa dipindahkan ke masjid. Kami harus bekerja cepat memindahkan semua alat dan logistik. Beruntungnya, acara tetap bisa berjalan lancar meskipun dengan beberapa penyesuaian."*⁷⁶

Kejadian seperti ini menyebabkan tim harus menata ulang peralatan, mengubah sudut pengambilan gambar, serta menyesuaikan kembali alur liputan yang telah direncanakan sebelumnya.

Selain hambatan teknis dan situasional, aspek sumber daya manusia juga menjadi catatan dalam hasil penelitian. Tim media mengungkapkan kesulitan dalam mencari santriwati yang bersedia tampil sebagai talent dalam konten inspiratif. Berdasarkan wawancara, OSDA tim media menjelaskan bahwa,

*"Hambatan saat pembuatan konten inspiratif mingguan biasanya susah nyari talent karena tidak semua santriwati bisa percaya diri buat bikin konten. Tapi alhamdulillah nya biasanya ada aja yang mau mengajukan diri, paling sering itu santriwati kelas 1 smp."*⁷⁷

Kesulitan ini diperoleh dari beberapa kegiatan di mana tim membutuhkan partisipasi santriwati untuk keperluan video kreatif, namun hanya sedikit yang bersedia atau memiliki kepercayaan diri cukup untuk tampil di depan kamera.

Secara keseluruhan, kendala yang muncul dalam aspek teknis, situasional,

⁷⁶ Gealita Pangestu, wawancara Peneliti, Martapura, 18 November 2025.

⁷⁷ OSDA Tim Media, wawancara Peneliti, Martapura, 17 November 2025.

dan sumber daya manusia menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi masih membutuhkan penyesuaian di berbagai tahap produksi. Meskipun demikian, tim tetap berusaha mengakomodasi perubahan dan melanjutkan proses dokumentasi serta publikasi sesuai kemampuan yang tersedia.

2) Evaluasi Penerimaan dan Pemahaman Pesan oleh Publik

Evaluasi penerimaan dan pemahaman pesan dilakukan untuk melihat sejauh mana pesan yang disampaikan melalui instagram Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dapat diterima, dipahami, dan direspon oleh publik, terutama wali santriwati, masyarakat umum, alumni, serta calon santriwati. Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai narasumber, ditemukan bahwa mayoritas publik mampu memahami pesan yang disampaikan karena penyajian konten dinilai jelas, informatif, dan konsisten dengan citra pesantren.

Penerimaan publik terhadap konten instagram pondok terlihat dari tingginya minat wali santriwati untuk mengikuti perkembangan unggahan selama periode penelitian. Dari hasil wawancara, wali santriwati mengaku rutin memeriksa akun tersebut untuk mengetahui aktivitas harian anak mereka. Eti wali santriwati menyatakan,

*“Konten-konten yang ada di instagram pondok sekarang menarik sekali ya, ada konten inspiratif juga. Saya pribadi sering sekali bahkan bisa dibilang hampir setiap hari mengunjungi instagram pondok. Kadang kalau ada konten menarik, saya ikut komentar. Kalau ada pengumuman akan liburan saya juga tau dari instagram pondok.”*⁷⁸

Temuan ini menunjukkan bahwa wali santriwati tidak hanya melihat unggahan secara sesekali, tetapi mengikuti pembaruan konten secara aktif karena

⁷⁸ Eti, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

merasa terbantu oleh informasi visual yang disajikan. Pesan yang disampaikan oleh Humas tidak hanya diterima secara informatif, tetapi juga dipahami secara emosional oleh audiens.

Selain dari wali santriwati, penerimaan positif juga diperoleh dari masyarakat umum yang mengikuti akun tersebut. Dalam wawancara, Diva Silvy salah seorang pengikut dari kalangan masyarakat menyampaikan,

*“Konten di instagram pondok sangat menarik, informatif, dan memberikan gambaran positif tentang kegiatan serta suasana pesantren. Penyajiannya rapi, sopan, dan mencerminkan nuansa islami. Jadi saat pertama kali melihat postingan akan langsung tahu postingan tersebut tentang apa.”*⁷⁹

Pernyataan ini menunjukkan bahwa publik yang tidak memiliki hubungan langsung dengan santriwati tetap melihat akun tersebut sebagai sumber informasi yang memberikan gambaran mengenai kehidupan dan atmosfer pondok. Mereka memahami nilai-nilai yang ingin ditampilkan, seperti kedisiplinan, suasana religius, serta keteraturan kegiatan para santri. Pesan yang disampaikan melalui visual dan *caption* juga ditemukan memberikan gambaran yang jelas mengenai identitas pesantren.

3) Evaluasi Dampak Media Sosial terhadap Citra Pondok

Evaluasi terhadap dampak media sosial menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri berperan signifikan dalam membentuk dan memperkuat citra lembaga di mata publik. Melalui konten yang konsisten, rapi, dan sesuai dengan nilai kepesantrenan, publik menilai bahwa pondok memiliki kualitas pendidikan yang baik, lingkungan yang tertib, serta

⁷⁹ Diva Silvy, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

program kegiatan yang menarik. Dampak ini tampak jelas dari persepsi wali santri, masyarakat umum, dan calon santriwati yang memberikan penilaian positif terhadap konten maupun representasi visual yang ditampilkan di Instagram.

Berdasarkan wawancara dengan wali santriwati, media sosial pondok dinilai berhasil menampilkan citra lembaga sebagai pesantren yang baik dan berkualitas. Mereka menilai bahwa unggahan-unggahan di Instagram mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai kegiatan dan suasana pondok, sehingga menumbuhkan kepercayaan terhadap sistem pendidikan dan pembinaan yang dijalankan. Rabiatus Hasanah wali santriwati menyampaikan,

“Sekarang tanggapannya banyak yang menilai bahwa pondok Darul Hijrah Putri terkenal memang kualitas pendidikannya baik. Saya pribadi juga sering kalau mau merekomendasikan pondok darul hijrah putri pasti saya suruh untuk lihat instagramnya juga, karena disana banyak konten konten yang menarik. Sebenarnya banyak yang berminat menyekolahkan anaknya ke pondok, tapi karena jarak jauh atau biaya belum ada itu jadi hambatan ya.”⁸⁰

Pernyataan ini menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan di Instagram tidak hanya memberi informasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap reputasi pondok. Temuan ini semakin menguat ketika wali santriwati menjelaskan bahwa beliau sering menjadikan akun Instagram pondok sebagai rujukan utama ketika mendapatkan pertanyaan dari kerabat atau calon wali santriwati yang ingin mengetahui lebih jauh tentang kondisi Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Melalui konten yang disajikan mulai dari dokumentasi kegiatan, unggahan prestasi, hingga liputan acara besar mereka merasa lebih mudah dalam meyakinkan orang lain mengenai kualitas pendidikan dan lingkungan pembinaan

⁸⁰ Rabiatus Hasanah, wawancara Peneliti, Martapura, 4 Oktober 2025.

di pondok.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai media representasi yang efektif dalam membentuk kesan awal publik. Terdapat calon wali santriwati maupun masyarakat umum yang mengaku mengenal pondok pertama kali melalui unggahan-unggahan tersebut. Konten visual yang konsisten, rapi, dan mencerminkan nuansa islami dianggap mampu memperkuat citra pondok sebagai lembaga pendidikan yang disiplin, aman, dan fokus pada pengembangan karakter santri.

Citra positif yang terbentuk tidak hanya berasal dari wali santriwati, tetapi juga dari masyarakat umum yang mengikuti akun Instagram pondok. Diva Silvy salah satu narasumber masyarakat menyampaikan bahwa,

*“Menurut saya, akun Instagram pesantren sangat mempengaruhi persepsi tentang Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri. Konten yang ditampilkan menunjukkan suasana yang tertib, kegiatan santri yang positif, dan program pendidikan yang terarah. Hal ini membuat saya menilai bahwa pesantren ini profesional, disiplin, dan memiliki lingkungan pendidikan yang baik. Saya juga mempertimbangkan pesantren ini sebagai pilihan pendidikan bagi anak atau kerabat di masa depan karena lingkungan yang kondusif dan program yang lengkap.”*⁸¹

Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, berperan signifikan dalam membentuk persepsi publik mengenai kualitas lembaga. Tampilan visual, narasi kegiatan, dan konsistensi penyajian informasi mampu menciptakan gambaran lembaga yang profesional dan terpercaya. Selain itu, kesan positif yang diterima masyarakat juga memperkuat citra pondok sebagai institusi pendidikan yang stabil, tertib, dan memiliki sistem pembinaan yang jelas.

⁸¹ Diva Silvy, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

Instagram juga berperan dalam membentuk citra pondok sebagai lingkungan pendidikan yang menyenangkan, modern, dan aktif dalam kegiatan. Silvina Indri, santriwati yang kini sudah tiga tahun bersekolah di pondok menjelaskan bagaimana konten Instagram mempengaruhi persepsinya sebelum masuk pondok.

*“Sebelum memutuskan untuk masuk pondok darul hijrah putri saya melihat pondok dari Instagram. Kelihatannya asyik dan banyak hal menarik. Setelah saya menjadi santriwati di pondok darul hijrah putri ternyata lebih asyik dari yang saya lihat di sosial media dan saya juga punya banyak teman di pondok.”*⁸²

Testimoni ini memperlihatkan bahwa konten Instagram mampu menciptakan first impression yang kuat dan realistis bagi calon santriwati.

Evaluasi juga menunjukkan bahwa banyak publik yang mengenal pondok melalui Instagram. Masyarakat umum yang diwawancarai mengaku mulai mengikuti akun pondok karena ingin mengetahui suasana dan kegiatan santriwati sebelum memutuskan pilihan pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya memperkuat citra pondok bagi mereka yang sudah mengenal, tetapi juga berfungsi sebagai media *branding* bagi calon santri dan orang tua. Bahkan dalam wawancara dengan ustadzah Gealita Pangestu anggota tim media humas, disebutkan bahwa,

*“Saat kami mewawancarai calon santriwati di penerimaan santriwati baru, jawabannya kalau ditanya tahu pondok dari mana? Banyak jawab dari Instagram.”*⁸³

Eti wali santriwati juga dalam wawancara menyampaikan bahwa konten yang dipublikasikan melalui Instagram mampu memenuhi kebutuhan orang tua

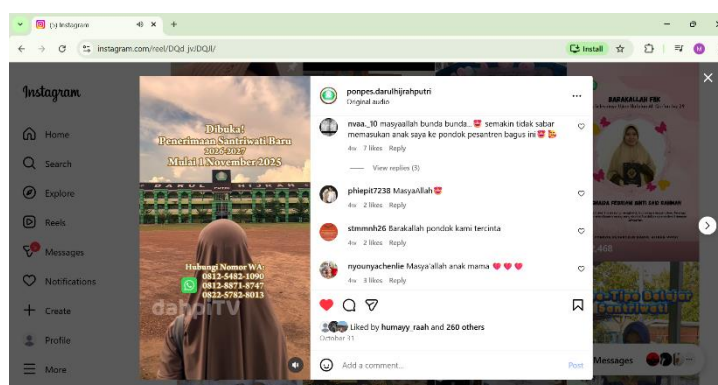
⁸² Silvina Indri, wawancara Peneliti, Martapura, 4 Oktober 2025.

⁸³ Gealita Pangestu, wawancara Peneliti, Martapura, 18 November 2025.

untuk mengetahui perkembangan anaknya. Variasi unggahan mengenai kegiatan akademik dan nonakademik turut membangun perasaan kedekatan yang mengurangi jarak fisik antara orang tua dan anak.

“Lewat Instagram saya bisa tahu kegiatan anak saya setiap hari. Kadang ada postingan hafalan Al-Qur’an, kadang kegiatan kebersihan. Saya jadi merasa dekat, meski tidak bisa sering menjenguk.”⁸⁴

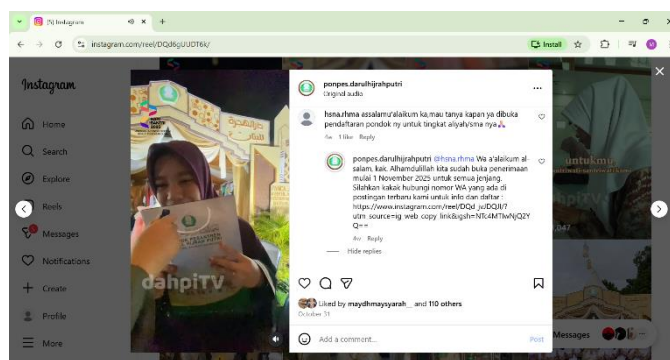
Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan terhadap aktivitas publikasi di akun Instagram Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, tingkat interaksi pengguna menunjukkan pola yang relatif stabil. Rata-rata jumlah *likes* pada setiap unggahan berada pada kisaran puluhan hingga ratusan, meskipun tidak menunjukkan lonjakan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa audiens memiliki ketertarikan yang cukup terhadap konten yang dipublikasikan, namun tingkat keterlibatan aktif masih bersifat moderat. Sementara itu, jumlah komentar pada setiap unggahan tidak terlalu banyak, tetapi tetap terdapat beberapa pengguna yang memberikan respons, baik berupa pertanyaan, apresiasi, maupun tanggapan singkat terkait kegiatan yang ditampilkan.



**Gambar 4.11 Kolom Komentar pada Instagram
@ponpes.darulhijrahputri**

⁸⁴ Eti, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

Dari gambar 4.10 salah satu komentar yang muncul berasal dari akun @nvaa._10 yang menuliskan, “MasyaAllah bunda bunda.... semakin tidak sabar memasukkan anak saya ke pondok pesantren sebegus ini.” Komentar tersebut mengindikasikan bahwa informasi visual dan kegiatan yang ditampilkan melalui unggahan Instagram memberikan kesan positif bagi calon wali santri. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan tidak hanya dilihat, tetapi juga mampu mempengaruhi persepsi audiens terhadap kualitas pondok.



Gambar 4.12 Kolom Komentar pada Instagram @ponpes.darulhijrahputri

Selain komentar yang bersifat apresiatif, terdapat pula interaksi dari pengguna yang menunjukkan ketertarikan terhadap informasi administratif pondok. Terlihat Pada gambar 4.11, komentar dari pengikut akun yang menanyakan mengenai prosedur atau jadwal pendaftaran santriwati baru. Kehadiran pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan, tetapi juga menjadi rujukan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi terkait penerimaan peserta didik baru. Temuan ini mengindikasikan bahwa Instagram berperan sebagai kanal komunikasi yang efektif dalam menjembatani kebutuhan informasi calon wali santri dengan pihak pondok, serta turut mendukung proses pembentukan citra lembaga sebagai institusi yang

informatif dan mudah diakses.

Dari hasil observasi, sebagian komentar tersebut dibalas oleh tim media humas, meskipun terdapat beberapa komentar yang tidak mendapat respons, terutama komentar yang bersifat umum atau tidak memerlukan jawaban teknis. Respons publik ini menunjukkan adanya interaksi yang cukup aktif antara audiens dan akun instagram pondok selama periode penelitian. Namun, evaluasi tetap diperlukan pada aspek interaksi yang belum merata serta peningkatan frekuensi dokumentasi harian, sebagaimana disarankan oleh Rabiatur Hasanah wali santriwati yang berharap konten dapat lebih sering menampilkan kegiatan harian anak mereka.

“Saya berharap konten seperti keseharian anak-anak lebih diperlihatkan, misalkan seperti sekedar tadarus harian setelah selesai shalat, atau keseharian mereka saat sedang santai.”⁸⁵

Hal ini juga diperkuat oleh wawancara dengan Karimah Annisa selaku alumni Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, ditemukan bahwa narasumber menyampaikan harapannya terhadap pengelolaan konten Instagram pondok. Ia berharap agar akun resmi lebih aktif mendokumentasikan kegiatan harian santriwati, seperti pembagian kosakata pada pagi hari dan kegiatan belajar malam. Menurutnya, konten yang sederhana dan natural tersebut memiliki nilai penting karena mampu menunjukkan kondisi pondok secara apa adanya serta meningkatkan ketertarikan masyarakat. Harapan ini mencerminkan keinginan alumni agar media sosial pondok dapat menjadi ruang yang lebih representatif dan transparan dalam menggambarkan kehidupan santriwati.

⁸⁵ Rabiatur Hasanah, wawancara Peneliti, Martapura, 4 Oktober 2025.

“Harapan saya terhadap instagram pondok agar lebih mendokumentasikan kegiatan harian santriwatinya, seperti pembagian kosakata pagi hari, belajar malam setiap malam. Itu bisa meningkatkan ketertarikan pada masyarakat, justru menurut saya pribadi dengan adanya konten atau dokumentasi yang simpel seperti itu bisa memperlihatkan kenaturalan bahwa seperti ini pondok.”⁸⁶

C. Pembahasan

Pembahasan ini berfokus pada analisis temuan penelitian yang dikaitkan dengan teori Cutlip, Center, dan Broom. Pembahasan disusun berdasarkan empat tahap utama dalam manajemen humas, yaitu *fact finding*, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Beberapa poin penting dalam pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri

a. *Fact Finding*

Tahap *fact finding* dilakukan untuk memahami bagaimana publik mengenal Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, kebutuhan informasi mereka, serta bagaimana proses pengelolaan konten dilakukan oleh tim media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa publik pertama kali mengetahui pondok melalui rekomendasi keluarga atau tetangga, kemudian memperdalam informasi melalui akun Instagram resmi pondok. Media sosial menjadi sumber informasi utama karena menyajikan dokumentasi kegiatan santriwati secara aktual, visual, dan menarik. Temuan ini sejalan dengan teori Cutlip, Center, dan Broom yang menempatkan *fact finding* sebagai tahap awal dalam manajemen Humas untuk mengidentifikasi persepsi dan kebutuhan publik

⁸⁶ Karimah Annisa, wawancara Peneliti, Martapura, 5 Oktober 2025.

sebelum merumuskan strategi komunikasi. Selain itu, temuan tersebut juga berkaitan dengan konsep formative research dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, yaitu analisis terhadap situasi dan publik sasaran yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi dan pemilihan media komunikasi yang tepat.

Dalam perspektif teori manajemen Humas Cutlip, Center, dan Broom, tahap ini sesuai dengan fase fact finding atau defining the problem, yaitu proses mengidentifikasi situasi dan kebutuhan publik sebelum merumuskan strategi komunikasi. Sementara itu, dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, tahap ini sejalan dengan konsep formative research yang menekankan analisis awal terhadap situasi dan publik sasaran sebagai dasar perencanaan strategi. Pemahaman mengenai bagaimana publik mengenal Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri, baik melalui rekomendasi interpersonal maupun media sosial, mencerminkan upaya pemetaan persepsi publik yang menjadi landasan penyusunan strategi komunikasi Humas.

Temuan mengenai kebutuhan wali santri terhadap informasi yang cepat, jelas, dan transparan sejalan dengan konsep public analysis pada tahap fact finding menurut Cutlip, Center, dan Broom, yang menekankan pentingnya memahami harapan dan kebutuhan publik. Dalam konteks ini, tingginya kebutuhan informasi mengenai perkembangan santriwati menunjukkan tingkat keterlibatan publik yang tinggi, sehingga menuntut komunikasi dua arah yang responsif. Hal ini juga relevan dengan konsep formative research dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, yang menekankan analisis awal terhadap kebutuhan dan karakteristik publik sebagai dasar perumusan strategi komunikasi. Konten Instagram kemudian

berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut sekaligus memperkuat hubungan antara lembaga dan wali santri.

Secara internal, keterlibatan ketua tim, editor, kru lapangan, dan santriwati OSDA dalam proses pengumpulan fakta mencerminkan penerapan prinsip internal fact gathering dalam teori Cutlip, Center, dan Broom. Proses ini juga selaras dengan analisis organisasi dalam kerangka formative research Smith, yang menekankan pentingnya pemahaman terhadap kapasitas internal lembaga sebelum menentukan strategi dan taktik komunikasi. Dengan demikian, strategi komunikasi Humas dapat disusun berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang akurat.

Selain itu, pemantauan respons publik melalui komentar dan interaksi di Instagram merupakan bagian dari kegiatan monitoring yang termasuk dalam tahapan fact finding. Hal ini sejalan dengan pandangan Cutlip, Center, dan Broom yang menegaskan bahwa penelitian dalam manajemen Humas bersifat berkelanjutan untuk menilai reaksi publik dan efektivitas pesan. Aktivitas pemantauan engagement tersebut juga berkaitan dengan konsep formative research dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, khususnya dalam menganalisis respons publik sebagai dasar penyempurnaan strategi komunikasi.

Dengan demikian, tahap fact finding yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri telah sesuai dengan kerangka teori Cutlip, Center, dan Broom serta teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, yang meliputi pengumpulan data publik, analisis kebutuhan, observasi internal, hingga pemantauan respons audiens sebagai landasan perumusan strategi komunikasi berikutnya.

b. Perencanaan

Tahap perencanaan dalam strategi komunikasi Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri disusun untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai sarana publikasi dan pembentukan citra lembaga. Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan dilakukan melalui penetapan tujuan komunikasi, perumusan pesan utama, penentuan jenis konten, serta penyusunan content plan yang terstruktur.

Dalam perspektif teori manajemen Humas Cutlip, Center, dan Broom, tahap ini sesuai dengan fase planning and programming, yaitu proses perumusan strategi komunikasi berdasarkan data yang diperoleh pada tahap fact finding. Penetapan tujuan komunikasi, penyusunan pesan kunci, segmentasi konten, serta strategi media Instagram mencerminkan penerapan prinsip perencanaan strategis sebagaimana dijelaskan dalam teori tersebut.

Selain itu, tahap perencanaan ini juga sejalan dengan teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, khususnya pada fase strategy, yang menekankan penentuan tujuan komunikasi, perumusan strategi pesan, dan penyesuaian pendekatan komunikasi dengan karakteristik publik sasaran. Penetapan pesan utama yang menampilkan aktivitas santriwati, nilai pendidikan pesantren, dan citra lembaga melalui visual menunjukkan upaya Humas dalam menyelaraskan pesan dengan tujuan pembentukan citra.

Pengelompokan jenis konten serta penyusunan content plan mingguan dan bulanan juga mencerminkan peralihan dari fase strategy ke tactics dalam teori Smith, yaitu penerjemahan strategi ke dalam bentuk aktivitas komunikasi yang terencana dan konsisten. Sementara itu, perhatian terhadap etika komunikasi digital

menunjukkan kesesuaian dengan prinsip policy and ethics dalam perencanaan menurut Cutlip, yang menekankan pentingnya menjaga reputasi dan nilai lembaga dalam setiap aktivitas komunikasi.

Dengan demikian, tahap perencanaan yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri telah selaras dengan kerangka Cutlip, Center, dan Broom sebagai model manajemen Humas, serta teori strategi komunikasi Ronald D. Smith yang menekankan perencanaan strategis dan penerjemahan strategi ke dalam aktivitas komunikasi yang terstruktur untuk membangun citra lembaga.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi komunikasi Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri dilakukan melalui implementasi konten media sosial yang terencana, dengan melibatkan OSDA Tim Media dan Tim Media Humas dalam proses dokumentasi, pengolahan, hingga publikasi konten. Seluruh kegiatan pondok, baik kegiatan besar maupun aktivitas harian, didokumentasikan secara sistematis dan diseleksi sebelum dipublikasikan guna memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai pesantren. Pemanfaatan fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan Live juga dilakukan untuk memperluas jangkauan pesan serta meningkatkan interaksi dengan publik.

Dalam perspektif teori manajemen Humas Cutlip, Center, dan Broom, tahap ini termasuk dalam fase communication/action, yaitu penerapan strategi komunikasi melalui tindakan nyata. Aktivitas produksi konten, koordinasi internal, distribusi pesan, serta pengaturan waktu publikasi mencerminkan prinsip action programming, yakni pelaksanaan rencana komunikasi secara operasional agar pesan tersampaikan secara efektif kepada publik sasaran.

Pelaksanaan strategi tersebut juga sejalan dengan teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, khususnya pada tahap tactics, di mana strategi yang telah dirumuskan diterjemahkan ke dalam bentuk aktivitas komunikasi konkret. Pemilihan format konten, pemanfaatan fitur interaktif Instagram, serta pengaturan teknis publikasi menunjukkan upaya Humas dalam menyesuaikan taktik komunikasi dengan karakteristik media dan kebutuhan publik.

Pelibatan OSDA dalam proses produksi konten mencerminkan prinsip kolaborasi internal sebagaimana ditekankan oleh Cutlip, Center, dan Broom, sekaligus menunjukkan pengelolaan sumber daya organisasi yang efektif sebagaimana dianjurkan dalam tahap taktis menurut Smith. Sementara itu, pengawasan konten oleh ketua tim media menunjukkan fungsi kontrol kualitas agar setiap pesan yang disampaikan tetap konsisten dengan identitas dan citra lembaga.

Dengan demikian, pelaksanaan strategi komunikasi Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri telah selaras dengan fase communication/action dalam model Cutlip, Center, dan Broom serta tahap tactics dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, yaitu menerjemahkan perencanaan strategis ke dalam tindakan komunikasi yang terstruktur dan berorientasi pada pencapaian tujuan pembentukan citra lembaga.

d. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi Humas Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri melalui pengelolaan akun Instagram. Evaluasi mencakup konsistensi unggahan, respons publik, kualitas koordinasi tim, serta dampak media sosial terhadap citra pondok. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa strategi komunikasi yang dijalankan cukup efektif, ditandai dengan publikasi yang konsisten, koordinasi tim yang teratur, serta tingginya penerimaan dan pemahaman pesan oleh wali santri, masyarakat umum, dan calon santriwati. Instagram juga berperan dalam memperkuat citra pondok sebagai lembaga pendidikan Islam yang tertib, modern, dan bermutu.

Dalam teori manajemen Humas Cutlip, Center, dan Broom, tahap ini termasuk dalam fase evaluation, yaitu tahap untuk mengukur keberhasilan program komunikasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi terhadap konsistensi unggahan, respons audiens, serta dampak pesan terhadap citra lembaga menunjukkan penerapan prinsip penilaian efektivitas komunikasi sebagaimana dijelaskan dalam teori tersebut.

Sementara itu, dalam teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, evaluasi ini sejalan dengan tahap evaluative research, yaitu penilaian terhadap kinerja strategi dan taktik komunikasi untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan serta menjadi dasar perbaikan strategi selanjutnya. Analisis terhadap penerimaan publik dan penguatan citra pondok melalui Instagram menunjukkan bahwa strategi dan taktik yang diterapkan telah berjalan sesuai dengan sasaran komunikasi yang direncanakan.

Dengan demikian, tahap evaluasi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Hijrah Putri telah selaras dengan kerangka Cutlip, Center, dan Broom serta teori strategi komunikasi Ronald D. Smith, yakni menilai efektivitas strategi komunikasi secara sistematis dan menjadikannya dasar untuk penyempurnaan strategi Humas di masa mendatang.