

Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digital Branding pada Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah

Nur Shabrina Meutia¹, Endang Sulistiyani², Ima Kurniastuti³, Rita Sari⁴, Yauwan Tobing Lukiyono⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Surabaya, Indonesia

Key word:

Social Media;
Digital
Branding;
Instagram; Board
ing School

Abstract

Digital Branding in educational institutions is very crucial to do because it will improve reputation and form an institutional brand image. Regarding the use of digital technology in the Al-Muin Islamic Boarding School environment, currently, it can be said to be very low. This stated shows from the lack of social media owned by the Al-Muin Islamic boarding school. Meanwhile, with social media, the boarding school will be able to communicate and build public relations with the society. Having a relationship with the society will improve the good image of the Islamic boarding school and also as a medium of communication for the boarding school with the society. The implementation team of community service activities will assist in the use of social media as a means of digital branding at the Al Muin Syarif Hidayatullah Islamic Boarding School. The teams activity are carried out in four stages, namely: initiation, preparation of facilities and infrastructure, execution and evaluation. The comparison of the pre-test and post-test results shows an increase in the level of understanding of the caregivers of the Al Muin Syarif Hidayatullah Islamic Boarding School in using social media Instagram as a means of digital branding.

Kata Kunci

Media sosial;
Digital
Branding;
Instagram,
Pondok
Pesantren.

Abstrak

Digital Branding pada lembaga pendidikan sangat krusial untuk dilakukan karena hal tersebut dapat meningkatkan reputasi serta dapat membentuk citra merek institusional. Terkait dengan penggunaan teknologi digital di lingkungan Pondok Pesantren Al-muin, saat ini dapat dikatakan sangat rendah. Hal ini dapat dilihat dari minimnya media sosial yang di miliki pondok pesantren Al-Muin. Sedangkan dengan adanya media sosial pondok dapat berkomunikasi dan dapat membangun public relation dengan masyarakat luas. Memiliki hubungan dengan masyarakat dapat meningkatkan citra baik pondok pesantren dan juga sebagai media komunikasi pondok dengan masyarakat luas. Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat akan memberikan pendampingan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital branding pada Pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam empat tahap yaitu: inisiasi, persiapan sarana dan prasarana, eksekusi serta tahap terakhir adalah evaluasi. Perbandingan hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa adanya peningkatan tingkat pemahaman pengasuh pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana digital branding.

PENDAHULUAN

Pada industry 4.0 media sosial digunakan sebagai salah satu cara dalam melakukan digital branding pada institusi. Digital Branding merupakan identitas dari sebuah merek yang digunakan pada suatu produk atau perusahaan secara online. Menurut Ferbita dkk (2020) Digital branding dapat diartikan juga sebagai kegiatan dan konsep dari komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga atau organisasi secara online, pemahaman branding bermuara pada persepsi masyarakat bahwa organisasi atau lembaga adalah terbaik dibandingkan organisasi atau lembaga sejenis. Amalancei dkk (2021) menyatakan bahwa Digital Branding pada lembaga pendidikan sangat krusial untuk dilakukan karena hal tersebut dapat meningkatkan reputasi serta dapat membentuk citra merek institusional. Lembaga Pendidikan seperti Pondok Pesantren pun tidak luput dari perkembangan teknologi digital dan membutuhkan digital branding. Pondok Pesantren merupakan sebuah lembaga Pendidikan Islam tradisional dimana biasanya para siswanya tinggal dan belajar bersama dibawah bimbingan guru atau lebih sering di sebut kiai. Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah merupakan pondok pesantren yang awalnya didirikan sebagai wadah atau tempat para murid menuntut ilmu agama Islam. Pondok ini

beralamat di Desa Semampir nomor 61, kecamatan Sedati, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Terkait dengan penggunaan teknologi digital di lingkungan Pesantren Al-muin, saat ini dapat dikatakan sangat rendah. Hal ini dapat dilihat dari minimnya media sosial yang di miliki pondok pesantren Al-Muin. Sedangkan dengan adanya media sosial, pondok dapat berkomunikasi dan dapat membangun public relation dengan masyarakat luas. Menurut Rangan dkk (2021) memiliki hubungan dengan masyarakat dapat meningkatkan citra baik pondok pesantren dan juga sebagai media komunikasi pondok dengan masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan dan kendala yang dihadapi mitra saat ini adalah: 1) Minimnya penggunaan teknologi digital khususnya media sosial instagram pada pondok pesantren. 2) Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital branding. 3) Kurangnya kesadaran dari para pengasuh pondok pesantren mengenai digital branding dan membangun public relation dengan masyarakat.

kegiatan pengabdian masyarakat akan dilakukan dengan cara memberikan pendampingan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital branding pada Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah. Kegiatan pendampingan

meliputi sosialisasi bentuk-bentuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital branding dan juga pembuatan sosial media Pondok Pesantren sebagai satu strategi untuk membangun public relation dapat sehingga pondok memiliki wadah untuk melakukan kegiatan sosial atau publikasi pencapaian yang telah didapat.

METODE

Dalam melakukan pengabdian masyarakat di Pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu; Inisiasi; Persiapan Sarana dan Prasarana; Eksekusi.

Pada tahap ini akan dilakukan penggalian dan kondisi latar belakang Pondok Pesantren. Dalam kegiatan ini, nantinya akan meliputi koordinasi dengan pengasuh melalui wawancara. Selain itu akan dilakukan observasi untuk melengkapi data mengenai kondisi terkini dari Pondok Pesantren.

Fase persiapan sarana dan prasarana bertujuan untuk menyiapkan sarana dan prasarana apa saja yang akan digunakan pada pengabdian masyarakat. Persiapan yang dilakukan meliputi persiapan tempat untuk melakukan pelatihan dan sosialisasi dan sarana lain yang diperlukan dengan mempertimbangkan tingkat kebutuhan guna menyelesaikan kegiatan ini.

Tahap eksekusi merupakan

implementasi kegiatan program pengabdian masyarakat, dimana pada tahapan ini akan dilakukan: 1. Sosialisasi bentuk-bentuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital branding; 2. Pembuatan akun media sosial guna memberikan informasi terkait Pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah.

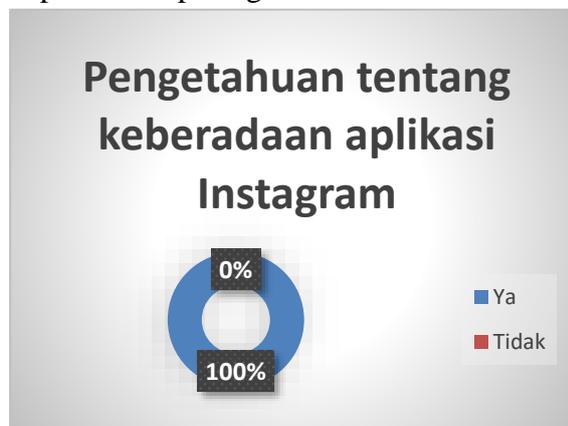
Evaluasi dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pengasuh Pondok Pesantren memberikan timbal balik mengenai program pengabdian masyarakat yang telah di implementasikan. Mengingat hal tersebut sangat krusial untuk dilakukan guna mengetahui hasil dan kendala yang terjadi selama proses pelatihan dan sosialisasi berlangsung. Pada tahapan ini, pengasuh juga akan diwawancara sebagai media evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL

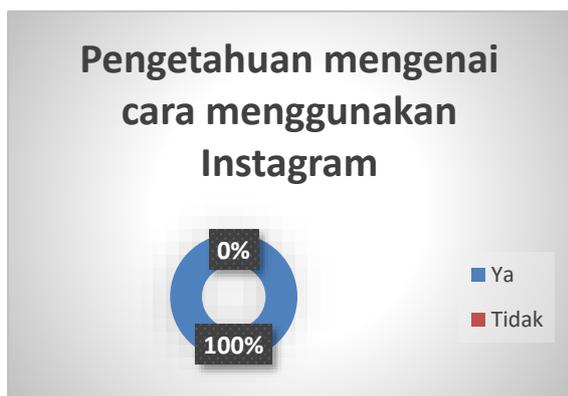
Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, akan dilakukan pengukuran pemahaman mitra dengan menggunakan metode kualitatif. Hal pertama yang dilakukan adalah wawancara dengan pengasuh Pondok Pesantren untuk mengetahui sejauh pemahaman pengasuh pondok terkait Teknologi Digital berbasis Media sosial yaitu Instagram. Instagram sendiri menggunakan teknologi digital untuk memungkinkan penggunaanya berinteraksi satu sama lain, berbagi konten, dan membangun komunitas online. Beberapa teknologi digital yang digunakan

oleh Instagram sangat cocok untuk branding.

Hasil pre-test yang telah dilakukan dapat dilihat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Hasil Pre-test 1



Gambar 2. Hasil Pre-test 2

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 9-10 Agustus 2022. Adapun kegiatan dan materi yang diberikan adalah:

a. Pembuatan akun media sosial Instagram

Pada materi ini para peserta akan diajarkan cara membuat akun di media sosial Instagram. Pada pendampingan ini media sosial yang dipilih adalah Instagram dikarenakan Instagram menawarkan banyak fitur yang dapat dipakai untuk bersosialisasi sekaligus untuk sebagai sarana branding

Pondok Pesantren. Media sosial berbasis gambar dan video singkat ini sangat efektif untuk menarik perhatian para penggunanya dengan menggunakan gambar dan video unik.

b. Cara untuk membuat postingan atau konten pada Instagram

Pada kegiatan ini juga akan diajarkan bagaimana membuat postingan di Instagram serta cara memberikan narasi atau *caption* untuk publisitas kegiatan yang dilakukan di Pondok sehingga dapat menarik di masyarakat.

c. Impact dari Foto dan *Caption* foto terhadap branding

Dalam materi ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh foto dan *caption* terhadap branding akan suatu produk. Materi ini menyajikan bagaimana teknik pengambilan foto yang baik serta tagline yang menarik yang bisa disematkan pada foto sehingga pembaca dapat memahami maksud dan tujuan yang ingin disampaikan hanya dengan melihat foto saja.

d. Cara melakukan live streaming di Instagram

Materi terakhir yang disajikan adalah cara melakukan streaming di Instagram. materi ini akan menjelaskan bagaimana pemanfaatan fitur pada media sosial, agar kegiatan yang sekarang dilakukan dapat diketahui oleh masyarakat secara realtime.



Gambar 3. Foto kegiatan

Sebagai evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan, maka diberikan post-test yaitu pengisian kuisioner dengan pertanyaan terkait materi yang telah diberikan. Hasil analisis post-test ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Post-Test

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pre-test pada gambar 1 dan gambar 2 dapat di Tarik kesimpulan bahwa pengasuh pondok pesantren sudah mengetahui adanya aplikasi Instagram. Pengasuh pondok pesantren juga sudah mengetahui cara menggunakan aplikasi Instagram.

Dari hasil post test kepada pengasuh pondok pesantren menyetujui bahwa pendampingan yang telah dilakukan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial sebagai sarana digital branding. Hal ini dapat dilihat dari gambar 3, berdasarkan hasil tersebut pengasuh pondok pesantren mengalami peningkatan pengetahuan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kepada Pondok Pesantren.

Setelah kegiatan pendampingan dilakukan, pondok pesantren akhirnya mengadaptasi teknologi digital instagram dalam melakukan branding dan menjadi wadah mitra dalam melakukan kegiatan sosial atau publikasi pencapaian yang telah didapat. Gambar 5 adalah akun instagram mitra yang sudah dibuat pada kegiatan pendampingan.



Gambar 5. Akun Instagram Mitra

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat pada pondok pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah ditujukan agar Pondok Pesantren dapat meningkatkan citra baik pondok pesantren dan juga sebagai media komunikasi pondok dengan masyarakat luas. Salah satu strategi untuk membangun public relation dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan sosial atau publikasi pencapaian yang telah didapat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam empat tahap yaitu: inisiasi, persiapan sarana dan prasarana, eksekusi serta tahap terakhir adalah evaluasi. Pada tahap inisiasi dilakukan penggalan dan kondisi latar belakang Pondok Pesantren. Tahap kedua yaitu menyiapkan sarana dan prasarana apa saja yang akan digunakan pada pengabdian masyarakat. Eksekusi dilakukan dengan cara pemberian pendampingan dan materi. Tahap evaluasi dilakukan dengan cara pemberian kuisisioner kepada peserta sebagai timbal balik dari pelaksanaan kegiatan. Perbandingan hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa adanya peningkatan tingkat pemahaman pengasuh pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana digital branding.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan pada pihak-pihak terlibat dalam penulisan naskah ini. Terima kasih kepada pondok Pesantren Al Muin Syarif Hidayatullah selaku mitra. Terima kasih juga penulis ucapkan LPPM dan Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya yang telah memberikan kesempatan dalam merealisasikan kegiatan pengabdian ini. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini dan seluruh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang telah membantu kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalancei, B., Cîrțiță-Buzoianu, C. & Mares, G., (2021). *University Branding: Using Social Media Tools In Higher Education Marketing*. S.L., International Technology, Education And Development Conference.
- Ferbita, L. V., Setianti, Y. & Dida, S., 2020. *Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (Lipi) Melalui Media Sosial*. Acta Diurna, 6(2).
- Liu, R., & Suh, A., 2017. *Self-Branding on Social Media: An Analysis of Style Bloggers on Instagram*. Procedia Computer Science 124.

- Rangan, A. Y., Yusnita, A. & Qomariah, S.,
2021. *Pendampingan Pemanfaatan
Media Sosial Sebagai Sarana
Membangun Citra Pondok
Pesantren Nurul Mustafa Al-
Husaini*. Bantenese Jurnal
Pengabdian Masyarakat, 3(1).
- Bahcecik, S. Y., Akay, S. S., & Akdemir,
A., 2019. *A Review of Digital Brand
Positioning Strategies of Internet
Entrepreneurship in the Context of
Virtual Organizations: Facebook,
Instagram and Youtube Samples*.
Procedia Computer Science 158

*Nur Shabrina Meutia, Endang Sulistiyani,
Ima Kurniastuti, Rita Sari, Yauwan Tobing
Lukiyono*

*Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial
Sebagai Sarana Digital Branding pada Pondok
Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah*
