YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854
Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

shttps://doi.org/10.58578/yasin.v6i6.12653

Efektivitas Pemanfaatan Facebook sebagai Strategi Manajemen Informasi dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Baiturridwan

Effectiveness of Facebook Utilization as an Information Management Strategy in Building the Image of Pondok Pesantren Baiturridwan

Muhammad Rinos & Arifmiboy
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
muhammadrinos11@gmail.com; arifmiboy@uinbukittinggi.ac.id

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Sep 30, 2026	Oct 29, 2026	Nov 9, 2026	Nov 14, 2026

Abstract

The use of social media to manage information and shape the image of educational institutions has been widely studied, but the effectiveness of Facebook in the context of Islamic boarding schools requires further investigation. This study aimed to analyze the effectiveness of using Facebook as an information management strategy to build the image of Pondok Pesantren Baiturridwan. The study used a quantitative approach with a descriptive survey design. The respondents comprised 25 followers of the boarding school's Facebook account selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and documentation, then analyzed using descriptive statistics with the aid of SPSS. The results showed that Facebook use received an overall mean score of 3.84 and was classified as effective. The information intensity indicator received the highest mean score of 3.88, while the trust indicator received the lowest score of 3.68. Based on respondents' perceptions, Facebook was considered effective in providing and disseminating information and supporting the formation of the boarding school's image. These findings provide an empirical overview of Facebook use in the information management and communication of Islamic educational institutions, with conclusions limited to the assessments of the study respondents. As a practical implication, boarding school administrators need to strengthen information quality, publication consistency, and interaction with followers to support trust in the information shared. Further research involving a broader range of respondents and a more in-depth approach is needed to understand the factors shaping the boarding school's image.

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Keywords: Facebook; Information Management; Institutional Image; Islamic Boarding Schools; Social Media Effectiveness

Abstrak: Pemanfaatan media sosial untuk pengelolaan informasi dan pembentukan citra lembaga pendidikan telah banyak dikaji, tetapi efektivitas Facebook dalam konteks pondok pesantren masih memerlukan kajian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei deskriptif. Responden terdiri atas 25 pengikut akun Facebook pesantren yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan statistik deskriptif berbantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook memperoleh skor rata-rata keseluruhan sebesar 3,84 yang termasuk dalam kategori efektif. Indikator intensitas informasi memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 3,88, sedangkan indikator kepercayaan memperoleh skor terendah sebesar 3,68. Berdasarkan persepsi responden, Facebook dinilai efektif dalam menyediakan dan menyebarluaskan informasi serta mendukung pembentukan citra pesantren. Temuan ini memberikan gambaran empiris mengenai pemanfaatan Facebook dalam manajemen informasi dan komunikasi lembaga pendidikan Islam, dengan cakupan kesimpulan yang terbatas pada penilaian responden penelitian. Implikasi praktisnya, pengelola pesantren perlu memperkuat kualitas informasi, konsistensi publikasi, dan interaksi dengan pengikut untuk mendukung kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas dan pendekatan yang lebih mendalam diperlukan untuk memahami faktor-faktor pembentukan citra pesantren.

Kata Kunci: Facebook; Manajemen Informasi; Citra Lembaga; Pondok Pesantren; Efektivitas Media Sosial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan mendasar terhadap pola komunikasi, penyebaran informasi, dan interaksi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi proses penyelenggaraan pendidikan, tetapi juga mendorong lembaga pendidikan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih terbuka, cepat, informatif, dan mampu menjangkau masyarakat secara luas. Perubahan tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi yang memiliki peranan strategis dalam mendukung penyampaian informasi, memperkenalkan identitas kelembagaan, membangun hubungan dengan masyarakat, serta membentuk persepsi publik terhadap kualitas dan keberadaan suatu lembaga pendidikan. Media sosial tidak lagi dapat dipandang sebatas sarana komunikasi personal maupun hiburan, tetapi telah berkembang menjadi instrumen komunikasi organisasi yang memungkinkan lembaga membangun hubungan secara langsung dengan berbagai

kelompok pemangku kepentingan. Dwivedi et al. (2021) menjelaskan bahwa perkembangan media sosial dan teknologi digital telah mengubah praktik komunikasi, pemasaran, serta hubungan organisasi dengan konsumen dan masyarakat. Dalam konteks pendidikan, perubahan tersebut menuntut lembaga pendidikan untuk tidak hanya menyediakan informasi mengenai kegiatan dan program kelembagaan, tetapi juga mengelola informasi secara terencana agar pesan yang disampaikan mampu merepresentasikan identitas, nilai, dan keunggulan lembaga. Dengan demikian, kemampuan lembaga pendidikan dalam memanfaatkan media sosial menjadi salah satu aspek penting dalam menghadapi perkembangan lingkungan komunikasi digital yang semakin kompetitif.

Fenomena tersebut semakin relevan apabila dikaitkan dengan perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia. Berdasarkan laporan Digital 2023: *Global Overview Report*, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai lebih dari 119 juta orang pada tahun 2023. Data tersebut memperlihatkan besarnya potensi Facebook sebagai media penyampaian informasi yang dapat dimanfaatkan untuk menjangkau masyarakat dalam skala luas. Perkembangan tersebut juga terlihat dalam laporan Digital 2025: Indonesia, yang mencatat bahwa potensi jangkauan iklan Facebook di Indonesia mencapai sekitar 122 juta pengguna pada awal tahun 2025. Angka tersebut merupakan estimasi jangkauan iklan berdasarkan perangkat periklanan Meta, bukan angka pengguna aktif bulanan, sehingga perlu dipahami sesuai dengan batasan pengukurannya (DataReportal, 2025).

Besarnya jangkauan tersebut menunjukkan bahwa Facebook masih mempunyai potensi sebagai saluran komunikasi digital bagi organisasi, termasuk lembaga pendidikan Islam. Pemanfaatan Facebook memungkinkan lembaga menyampaikan berbagai informasi dalam bentuk tulisan, foto, video, dokumentasi kegiatan, pengumuman, serta informasi program pendidikan kepada masyarakat tanpa sepenuhnya bergantung pada komunikasi secara langsung. Selain itu, fitur komentar, tanda suka, berbagi unggahan, dan pesan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola lembaga dengan masyarakat. Maresova et al. (2020) menjelaskan bahwa media sosial mempunyai relevansi dalam pembentukan merek dan penguatan identitas institusi pendidikan tinggi melalui aktivitas komunikasi digital. Oleh karena itu, pemanfaatan Facebook dalam lingkungan pendidikan perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi komunikasi dan pengelolaan informasi kelembagaan, bukan sekadar aktivitas mengunggah dokumentasi kegiatan.

Pemanfaatan media sosial oleh lembaga pendidikan pada dasarnya tidak cukup hanya ditentukan oleh keberadaan akun resmi, jumlah pengikut, maupun frekuensi publikasi, tetapi juga bergantung pada bagaimana informasi direncanakan, diproduksi, disampaikan, dan dikelola secara berkelanjutan. Informasi yang dipublikasikan harus mempunyai kejelasan sumber, ketepatan isi, relevansi dengan kebutuhan masyarakat, konsistensi penyampaian, serta kemampuan untuk membangun interaksi yang positif. Dalam perspektif komunikasi organisasi digital, keberhasilan media sosial ditentukan oleh keterpaduan antara aktivitas publikasi, karakteristik konten, dan keterlibatan audiens. Capriotti dan Zeler (2023) menjelaskan bahwa komunikasi institusional melalui media sosial dapat dianalisis berdasarkan aktivitas publikasi, interaktivitas, dan karakteristik konten yang disampaikan oleh organisasi. Penelitian mereka menunjukkan bahwa tingginya aktivitas publikasi tidak secara otomatis menghasilkan keterlibatan audiens yang tinggi. Bahkan, aktivitas publikasi yang lebih intensif tidak selalu diikuti peningkatan interaksi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak dapat diukur hanya melalui kuantitas unggahan, tetapi perlu memperhatikan kualitas pesan dan kemampuan organisasi membangun komunikasi dengan publik.

Sejalan dengan hal tersebut, Capriotti et al. (2023) menemukan bahwa strategi publikasi lembaga pendidikan tinggi melalui media sosial mempunyai hubungan dengan pola keterlibatan pengikut, khususnya dalam bentuk reaksi, penyebaran informasi, dan percakapan. Penelitian terhadap 90.000 unggahan dari 70 universitas menunjukkan bahwa konten yang diproduksi sendiri oleh institusi memperoleh tingkat keterlibatan lebih tinggi dibandingkan konten yang sekadar dibagikan kembali. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa pengelolaan Facebook memerlukan strategi komunikasi yang memperhatikan kualitas, orisinalitas, keteraturan, dan relevansi informasi agar mampu menghasilkan hubungan yang bermakna antara lembaga pendidikan dengan masyarakat.

Urgensi pengelolaan informasi melalui media sosial juga berkaitan erat dengan pembentukan citra lembaga pendidikan. Citra lembaga merupakan gambaran atau persepsi yang terbentuk dalam pemikiran masyarakat berdasarkan informasi, pengalaman, interaksi, dan penilaian mereka terhadap suatu organisasi. Citra yang positif tidak terbentuk hanya melalui penyampaian informasi mengenai keunggulan lembaga, tetapi juga melalui konsistensi antara informasi yang dipublikasikan dengan kondisi dan aktivitas nyata lembaga tersebut. Dalam lingkungan pendidikan, citra mempunyai kedudukan penting karena dapat memengaruhi tingkat pengenalan masyarakat, kepercayaan orang tua, ketertarikan calon

peserta didik, serta penilaian masyarakat terhadap kualitas penyelenggaraan pendidikan. Sagynbekova et al. (2021) menjelaskan bahwa komunikasi media sosial yang dilakukan oleh institusi pendidikan tinggi melalui konten yang dihasilkan organisasi maupun pengguna dapat mendukung pembentukan brand equity kelembagaan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa komunikasi dari pengguna atau *electronic word of mouth* berperan sebagai variabel perantara dalam hubungan antara komunikasi media sosial dan nilai merek institusi pendidikan. Dengan demikian, citra lembaga tidak hanya dibentuk melalui informasi yang disampaikan secara resmi oleh organisasi, tetapi juga dipengaruhi oleh respons, pengalaman, dan komunikasi masyarakat yang berinteraksi dengan lembaga tersebut.

Perera et al. (2023) juga menjelaskan bahwa pemasaran media sosial dan kredibilitas merek mempunyai peranan dalam membangun brand equity institusi pendidikan tinggi, khususnya melalui penyampaian informasi dan pembentukan persepsi yang dapat dipercaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial harus diarahkan pada pembentukan identitas kelembagaan yang konsisten, peningkatan kredibilitas informasi, dan penguatan kepercayaan masyarakat, sehingga citra positif yang terbentuk tidak hanya bersifat visual, tetapi juga didasarkan pada kualitas komunikasi dan pengalaman publik.

Persoalan tersebut menjadi semakin penting bagi pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang mempunyai tanggung jawab dalam menyelenggarakan pendidikan keagamaan, pembinaan akhlak, pengembangan pengetahuan, dan pembentukan karakter peserta didik. Sebagai lembaga pendidikan yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, pondok pesantren perlu mempertahankan identitas keislamannya sekaligus menyesuaikan pola komunikasi kelembagaan dengan perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan kegiatan pendidikan, program keagamaan, aktivitas sosial, prestasi santri, serta berbagai bentuk kontribusi pesantren kepada masyarakat. Akan tetapi, pemanfaatan media sosial oleh pesantren harus tetap memperhatikan kesesuaian informasi dengan nilai-nilai pendidikan Islam, keakuratan pesan, etika komunikasi, dan tanggung jawab kelembagaan. Penelitian Aji et al. (2022) mengenai digital institutional branding pada akun media sosial organisasi kepramukaan Pondok Pesantren MTA menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk membangun identitas kelembagaan melalui penggunaan unsur visual, penyampaian narasi pendidikan, dan interaksi dengan audiens. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa publikasi kegiatan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga dapat merepresentasikan nilai-nilai pendidikan, karakter, dan identitas lembaga pesantren.

Sementara itu, Ramadhani dan Setyowati (2023) mengkaji pengelolaan media sosial sebagai sarana branding oleh tim redaksi Madrasah Aliyah. Kajian tersebut relevan untuk menjelaskan pentingnya pengelolaan media sosial secara terorganisasi dalam lingkungan pendidikan Islam. Selanjutnya, Eriani et al. (2025) mengidentifikasi bahwa konsistensi identitas visual, konten interaktif, penyampaian cerita kelembagaan, dan keterlibatan komunitas merupakan unsur penting dalam strategi branding media sosial lembaga pendidikan. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat dipahami bahwa pemanfaatan media sosial oleh pondok pesantren bukan hanya berorientasi pada penyebaran informasi, melainkan juga merupakan bagian dari strategi membangun identitas, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan mempertahankan citra positif lembaga pendidikan Islam.

Meskipun demikian, keberadaan media sosial dan aktivitas publikasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan belum tentu menunjukkan bahwa pengelolaan informasi telah berjalan secara efektif. Persoalan efektivitas perlu dikaji dengan memperhatikan kesesuaian antara tujuan pemanfaatan media sosial, proses pengelolaan informasi, respons masyarakat, dan hasil yang diperoleh lembaga. Hal ini karena jangkauan informasi yang luas belum tentu diikuti oleh meningkatnya kepercayaan masyarakat, sebagaimana interaksi yang tinggi belum tentu menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan benar-benar dipahami dan memberikan gambaran positif mengenai lembaga. Penelitian Capriotti et al. (2023) memperlihatkan bahwa frekuensi publikasi tidak secara langsung menjamin tingginya keterlibatan audiens. Sementara itu, Sagynbekova et al. (2021) menunjukkan pentingnya komunikasi yang dihasilkan institusi dan masyarakat dalam membentuk nilai merek lembaga pendidikan. Kedua temuan tersebut memberikan pemahaman bahwa efektivitas pemanfaatan media sosial perlu dinilai melalui beberapa aspek yang saling berhubungan, antara lain ketersediaan dan kemudahan memperoleh informasi, intensitas publikasi, kualitas konten, interaksi dengan masyarakat, kredibilitas informasi, dampak terhadap minat masyarakat, dan kontribusinya terhadap pembentukan citra lembaga. Dengan demikian, pengukuran efektivitas tidak seharusnya hanya didasarkan pada jumlah unggahan atau perkembangan jumlah pengikut, melainkan perlu memperhatikan sejauh mana media sosial dapat menjalankan fungsi informatif, komunikatif, dan representatif bagi organisasi. Pandangan tersebut juga sejalan dengan Eriani et al. (2025), yang menekankan pentingnya keterpaduan identitas visual, interaksi, narasi kelembagaan, dan keterlibatan masyarakat dalam membangun citra positif lembaga pendidikan.

Berkaitan dengan kondisi tersebut, Pondok Pesantren Baiturridwan merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang telah berupaya memanfaatkan Facebook sebagai media penyampaian informasi dan sarana membangun citra positif lembaga. Berdasarkan hasil pengamatan awal yang tercantum dalam dokumen penelitian, akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan memperlihatkan adanya interaksi dan hubungan pertemanan dengan berbagai pihak, baik dari kalangan santri, orang tua santri, maupun masyarakat umum. Aktivitas tersebut terlihat melalui tanda suka, komentar, dan tanggapan terhadap unggahan kegiatan pesantren. Konten yang dipublikasikan juga mencakup berbagai informasi kelembagaan, seperti kegiatan santri, program pendidikan, kegiatan sosial, kajian keislaman, prestasi santri, kegiatan tahfizh, dan kegiatan kompetisi. Keberadaan konten tersebut menunjukkan bahwa Facebook telah dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan aktivitas dan perkembangan pesantren kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Ibu Fadhila, S.Pd.I., selaku Wakil Kepala Bidang Kurikulum pada tanggal 31 Oktober 2025, diketahui bahwa akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan dibuat pada tanggal 14 November 2019 dan hingga saat wawancara dilaksanakan masih dikelola secara aktif. Beliau menjelaskan bahwa akun tersebut digunakan untuk menyampaikan kegiatan santri, program pendidikan, kegiatan sosial, kajian keislaman, dan prestasi santri agar masyarakat mengetahui perkembangan pesantren. Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa pemanfaatan Facebook telah menjadi salah satu bagian dari aktivitas komunikasi dan penyampaian informasi kelembagaan Pondok Pesantren Baiturridwan.

Namun, keberadaan akun Facebook yang aktif dan tersedianya berbagai informasi kelembagaan belum dengan sendirinya menunjukkan bahwa pemanfaatannya telah mencapai efektivitas yang optimal. Kondisi tersebut perlu diperhatikan dengan melihat perkembangan jumlah pendaftar santri setelah akun Facebook resmi pesantren dibuat pada tahun 2019. Berdasarkan data jumlah pendaftar santri tingkat MTsS Pondok Pesantren Baiturridwan yang tercantum dalam dokumen penelitian, perkembangan jumlah pendaftar selama periode 2019–2025 menunjukkan perubahan yang berfluktuasi. Pada tahun 2019, jumlah pendaftar tercatat sebanyak 59 orang santri. Jumlah tersebut meningkat menjadi 65 orang santri pada tahun 2020, kemudian mengalami penurunan menjadi 60 orang santri pada tahun 2021 dan kembali menurun menjadi 55 orang santri pada tahun 2022. Pada tahun 2023, jumlah pendaftar mengalami peningkatan menjadi 64 orang santri. Akan tetapi, peningkatan tersebut tidak berlangsung secara konsisten karena pada tahun 2024 jumlah pendaftar kembali menurun menjadi 56 orang santri. Penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2025, ketika

jumlah pendaftar hanya mencapai 39 orang santri. Perkembangan tersebut memperlihatkan bahwa jumlah pendaftar tingkat MTsS belum menunjukkan peningkatan yang stabil selama periode pengamatan. Bahkan, jumlah pendaftar pada tahun 2025 menjadi angka terendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini menjadi salah satu indikasi perlunya evaluasi terhadap strategi penyampaian informasi melalui Facebook, khususnya berkaitan dengan kualitas konten, intensitas publikasi, dan interaksi pengelola dengan masyarakat.

Kondisi serupa juga terlihat pada perkembangan jumlah pendaftar santri tingkat SMA Pondok Pesantren Baiturridwan selama periode 2019-2025. Berdasarkan data dalam dokumen penelitian, jumlah pendaftar pada tahun 2019 tercatat sebanyak 60 orang santri. Pada tahun 2020, jumlah tersebut mengalami penurunan menjadi 50 orang santri dan kembali menurun pada tahun 2021 menjadi 40 orang santri. Selanjutnya, pada tahun 2022 terjadi peningkatan hingga mencapai 60 orang santri. Akan tetapi, jumlah pendaftar kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 menjadi 55 orang santri, kemudian menjadi 45 orang santri pada tahun 2024, dan mencapai angka 30 orang santri pada tahun 2025. Data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan jumlah pendaftar tingkat SMA juga mengalami fluktuasi dan cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir. Apabila diperhatikan secara keseluruhan, jumlah pendaftar pada kedua jenjang pendidikan tersebut memperlihatkan bahwa keberadaan akun Facebook sejak tahun 2019 belum diikuti oleh peningkatan jumlah pendaftar yang berlangsung secara konsisten. Meskipun demikian, fluktuasi jumlah pendaftar tersebut tidak dapat secara langsung diartikan sebagai bukti bahwa Facebook tidak efektif, karena keputusan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan juga berpotensi dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, baik yang berasal dari internal lembaga maupun lingkungan eksternal. Oleh sebab itu, data jumlah pendaftar perlu ditempatkan sebagai fenomena awal yang menunjukkan pentingnya melakukan pengkajian lebih mendalam terhadap efektivitas pemanfaatan Facebook, bukan sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan media sosial dalam membangun citra lembaga.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat persoalan yang perlu mendapat perhatian, yaitu adanya kesenjangan antara keberadaan Facebook yang telah dikelola secara aktif sejak 14 November 2019 dengan perkembangan jumlah pendaftar santri yang masih mengalami fluktuasi pada kedua jenjang pendidikan. Di satu sisi, Facebook telah digunakan untuk mempublikasikan berbagai aktivitas dan perkembangan pesantren, serta menyediakan ruang interaksi antara lembaga dengan masyarakat. Di sisi lain, data pendaftar tingkat MTsS dan SMA belum memperlihatkan perkembangan yang stabil selama periode 2019–2025. Kondisi

ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana Facebook telah dimanfaatkan secara efektif sebagai sarana manajemen informasi dan bagaimana kontribusinya dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Persoalan tersebut menjadi penting karena efektivitas media sosial tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyebarkan informasi, tetapi juga berhubungan dengan kemampuan lembaga mengelola komunikasi, membangun kepercayaan, memperkuat pengenalan masyarakat, serta menyajikan identitas kelembagaan secara konsisten. Dengan demikian, penelitian ini tidak menempatkan peningkatan jumlah pendaftar sebagai satu-satunya indikator keberhasilan pemanfaatan Facebook, melainkan juga memperhatikan aspek sumber informasi, intensitas penyampaian informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak terhadap minat masyarakat, dan citra lembaga. Penetapan aspek-aspek tersebut penting agar efektivitas pemanfaatan Facebook dapat dipahami secara lebih menyeluruh berdasarkan fungsi dan tujuan penggunaannya sebagai strategi manajemen informasi.

Kajian mengenai pemanfaatan media sosial dalam kegiatan komunikasi, penyebaran informasi, promosi, dan pembentukan citra lembaga pendidikan sebenarnya telah dilakukan oleh sejumlah peneliti sebelumnya. Mashuri (2024), misalnya, mengkaji pemanfaatan Facebook sebagai media promosi produk UMKM Yummydona Potato dengan menitikberatkan pada penggunaan Facebook untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk. Fauziah (2022) membahas pemanfaatan Facebook sebagai media informasi oleh aparat desa dalam meningkatkan program pembangunan Pekon Gunung Tiga, Kecamatan Pugung, Tanggamus. Penelitian tersebut memperlihatkan fungsi Facebook sebagai sarana penyampaian informasi, pelayanan, dan keterbukaan mengenai program pembangunan kepada masyarakat. Selanjutnya, Ningsih (2022) meneliti pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram dengan menitikberatkan pada penggunaan Facebook sebagai sarana penyebaran pesan dakwah. Hasan (2022) juga mengkaji pemanfaatan Facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak. Keempat penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam membahas pemanfaatan Facebook sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi. Akan tetapi, objek, tujuan, dan orientasi kajiannya berbeda dengan penelitian ini karena lebih menekankan pada promosi produk, penyampaian informasi pemerintahan, dakwah, dan pemasaran jasa. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengarahkan perhatian pada efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam, yaitu Pondok

Pesantren Baiturridwan. Perbandingan tersebut memperlihatkan bahwa kajian tentang Facebook telah berkembang dalam berbagai konteks, tetapi masih diperlukan pengkajian yang lebih terarah mengenai keterkaitan antara pengelolaan informasi digital, respons masyarakat, kepercayaan publik, dan pembentukan citra pondok pesantren.

Kesenjangan penelitian tersebut juga dapat dipahami melalui perkembangan penelitian mengenai media sosial dan citra institusi pendidikan dalam beberapa tahun terakhir. Maresova et al. (2020) membahas *social media university branding* dengan menitikberatkan pada penggunaan media sosial dalam membangun identitas dan merek institusi pendidikan tinggi. Sagynbekova et al. (2021) mengkaji hubungan komunikasi media sosial dengan *brand equity* perguruan tinggi serta peran komunikasi elektronik antarpengguna dalam hubungan tersebut. Selanjutnya, Perera et al. (2023) mengembangkan pembahasan mengenai pemasaran media sosial dan kredibilitas merek dalam membentuk nilai merek institusi pendidikan tinggi. Capriotti et al. (2023) lebih memusatkan perhatian pada pengaruh strategi publikasi terhadap keterlibatan pengikut melalui analisis aktivitas unggahan, jenis konten, dan interaksi pada akun media sosial universitas. Sementara itu, Aji et al. (2022) mengkaji pembentukan identitas kelembagaan melalui digital branding pada media sosial organisasi di lingkungan pesantren. Penelitian Eriani et al. (2025) juga memperluas pembahasan dengan mengidentifikasi strategi branding media sosial yang dapat memperkuat citra sekolah melalui konsistensi visual, konten interaktif, narasi kelembagaan, dan keterlibatan pemangku kepentingan.

Berbagai penelitian tersebut memberikan landasan empiris bahwa media sosial mempunyai peranan dalam membangun identitas, komunikasi, dan citra lembaga pendidikan. Namun, penelitian-penelitian tersebut memiliki fokus yang berbeda, baik dari segi objek kelembagaan, platform media sosial, maupun aspek yang dianalisis. Oleh karena itu, masih terdapat ruang kajian untuk menelaah secara khusus efektivitas Facebook sebagai media manajemen informasi pada pondok pesantren dengan memperhatikan keterkaitan antara penyebaran informasi, kualitas konten, intensitas publikasi, interaksi masyarakat, kepercayaan, minat calon santri, dan citra kelembagaan dalam satu kerangka analisis yang saling berhubungan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian mengenai efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan memiliki relevansi dan kontribusi tersendiri. Kebaruan penelitian ini terletak

pada pemusatan analisis terhadap efektivitas penggunaan satu platform media sosial, yaitu Facebook, sebagai instrumen manajemen informasi pada lembaga pendidikan Islam berbasis pesantren. Penelitian ini tidak hanya melihat Facebook sebagai sarana publikasi kegiatan atau media promosi penerimaan santri baru, tetapi juga mengkaji bagaimana pengelolaan informasi melalui platform tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi, pengenalan, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap pesantren. Kontribusi tersebut dikembangkan melalui pengkajian beberapa dimensi yang meliputi sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak terhadap pendaftar, citra lembaga, dan efektivitas umum. Penggunaan dimensi tersebut memungkinkan penelitian memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberhasilan pemanfaatan Facebook, baik dari sisi proses komunikasi maupun hasil yang dirasakan oleh masyarakat. Landasan analisis penelitian ini bertumpu pada perspektif komunikasi organisasi melalui media sosial, konsep manajemen informasi, serta konsep citra dan branding institusi pendidikan. Perspektif komunikasi organisasi digital digunakan untuk memahami bagaimana Facebook menjadi sarana hubungan dan interaksi antara lembaga dengan masyarakat. Konsep manajemen informasi digunakan untuk menganalisis proses perencanaan, pengelolaan, penyampaian, dan evaluasi informasi yang dipublikasikan. Sementara itu, konsep citra dan branding kelembagaan digunakan untuk menjelaskan bagaimana kualitas informasi, konsistensi komunikasi, dan keterlibatan masyarakat berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif terhadap pesantren. Keterpaduan perspektif tersebut didukung oleh kajian Capriotti dan Zeler (2023), Sagynbekova et al. (2021), serta Eriani et al. (2025), yang masing-masing memberikan penjelasan mengenai komunikasi institusional, keterlibatan publik, dan strategi pembentukan citra melalui media sosial.

Selain memiliki kontribusi teoretis, penelitian ini juga mempunyai arti penting secara praktis bagi pengelolaan komunikasi dan informasi di lingkungan Pondok Pesantren Baiturridwan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana Facebook telah berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang akurat, mudah diakses, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi aspek-aspek pengelolaan Facebook yang telah berjalan dengan baik maupun aspek yang masih membutuhkan peningkatan, terutama dalam hal kualitas konten, keteraturan publikasi, responsivitas pengelola, serta kemampuan membangun kepercayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Lieyani et al. (2025) mengenai pemanfaatan media sosial oleh humas lembaga pendidikan dalam mendukung peningkatan citra lembaga,

serta Wahyunto et al. (2024) mengenai strategi branding sekolah melalui pemasaran digital untuk meningkatkan minat masyarakat. Kedua kajian tersebut memperkuat pemahaman bahwa pengelolaan media sosial perlu diselaraskan dengan tujuan komunikasi dan identitas kelembagaan agar mampu memberikan manfaat bagi pengembangan institusi pendidikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya menghasilkan penilaian terhadap tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya manajemen informasi digital yang terarah, konsisten, dan bertanggung jawab dalam mempertahankan serta memperkuat citra pondok pesantren di tengah perkembangan teknologi informasi.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Fokus tersebut diarahkan untuk mengetahui sejauh mana Facebook dimanfaatkan sebagai sumber informasi, bagaimana intensitas dan kualitas informasi yang dipublikasikan, bagaimana interaksi antara pengelola dengan masyarakat berlangsung, sejauh mana informasi yang disampaikan memperoleh kepercayaan publik, serta bagaimana pemanfaatan Facebook berkontribusi terhadap minat masyarakat dan pembentukan citra positif pesantren. Penelitian ini juga memperhatikan perkembangan jumlah pendaftar santri tingkat MTsS dan SMA selama periode 2019-2025 sebagai salah satu fenomena empiris yang melatarbelakangi pentingnya evaluasi pemanfaatan Facebook. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai efektivitas Facebook sebagai media penyampaian informasi, komunikasi kelembagaan, pembentukan kepercayaan masyarakat, dan penguatan citra pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian diarahkan untuk memperoleh gambaran terukur mengenai efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Data penelitian diperoleh melalui jawaban responden terhadap sejumlah pernyataan tertulis, kemudian dikonversi ke dalam

bentuk skor numerik dan dianalisis menggunakan prosedur statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menyajikan penilaian responden secara sistematis berdasarkan indikator yang telah ditentukan, sehingga hasil penelitian tidak hanya bertumpu pada uraian subjektif, tetapi juga didukung oleh distribusi angka dan ukuran statistik deskriptif (Creswell & Creswell, 2018; Lim, 2025).

Jenis penelitian deskriptif digunakan karena tujuan penelitian bukan untuk menguji hubungan sebab-akibat, membandingkan kelompok, ataupun mengukur pengaruh Facebook terhadap variabel lain. Penelitian secara khusus diarahkan untuk menggambarkan kondisi dan tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan penilaian masyarakat yang mengetahui atau pernah mengakses akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai fokus pengukuran yang dideskripsikan melalui tanggapan responden terhadap aspek-aspek manajemen informasi dan citra lembaga. Karakteristik tersebut sejalan dengan penelitian kuantitatif deskriptif yang berorientasi pada penyajian karakteristik suatu fenomena berdasarkan data empiris tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Babbie, 2020; Creswell & Creswell, 2018).

Penggunaan pendekatan kuantitatif deskriptif juga relevan dengan kebutuhan penelitian untuk mengetahui kecenderungan penilaian responden terhadap pemanfaatan Facebook sebagai media penyampaian informasi pesantren. Data yang diperoleh dari angket dianalisis melalui frekuensi, persentase, nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi. Hasil pengolahan tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat efektivitas berdasarkan indikator penelitian, bukan untuk menyimpulkan bahwa penggunaan Facebook secara langsung menjadi penyebab meningkat atau menurunnya jumlah pendaftar. Pembatasan interpretasi ini penting agar kesimpulan penelitian tetap sesuai dengan karakteristik desain deskriptif dan bukti yang benar-benar diperoleh dari responden (Crick, 2024; Lim, 2025).

Desain penelitian yang digunakan adalah survei deskriptif dengan pengumpulan data melalui penyebaran angket kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Desain survei dipilih karena penelitian membutuhkan informasi dari sejumlah individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengakses akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Melalui desain ini, peneliti memperoleh data mengenai penilaian responden terhadap penggunaan Facebook sebagai media penyampaian informasi, intensitas publikasi, kualitas

konten, interaksi, kepercayaan terhadap informasi, dampak terhadap minat pendaftaran, serta citra lembaga. Penggunaan survei memungkinkan pengumpulan jawaban dari sejumlah responden dengan instrumen yang sama sehingga data dapat diolah dan dibandingkan berdasarkan indikator pengukuran yang telah ditetapkan (Babbie, 2020; Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Baiturridwan yang berlokasi di Tengah Sawah, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Lokasi tersebut dipilih karena Pondok Pesantren Baiturridwan merupakan lembaga pendidikan Islam yang memanfaatkan Facebook sebagai salah satu sarana manajemen informasi dan penyampaian informasi kelembagaan kepada masyarakat. Selain itu, pesantren memiliki akun Facebook resmi yang digunakan untuk memublikasikan berbagai informasi mengenai kegiatan dan aktivitas lembaga. Kondisi tersebut menjadikan lokasi penelitian relevan dengan tujuan pengukuran efektivitas pemanfaatan Facebook dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam.

Pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Oktober 2025 sampai dengan selesai, sebagaimana tercantum dalam dokumen penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menjadikan akun Facebook resmi Pondok Pesantren Baiturridwan sebagai konteks yang menjadi rujukan responden dalam memberikan penilaian. Dengan demikian, jawaban responden diarahkan pada pengalaman dan pengetahuan mereka mengenai pemanfaatan akun tersebut, bukan pada penilaian terhadap penggunaan media sosial secara umum. Penetapan konteks penelitian secara spesifik diperlukan agar setiap responden memberikan penilaian terhadap objek yang sama dan hasil pengukuran tetap relevan dengan tujuan penelitian (Creswell & Creswell, 2018; Saunders et al., 2019).

Secara operasional, desain survei dalam penelitian ini dilaksanakan melalui tahapan penetapan populasi, pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, penyusunan dan pengujian instrumen, penyebaran angket, pengumpulan dokumentasi pendukung, serta pengolahan data menggunakan statistik deskriptif. Desain tersebut tidak melibatkan perlakuan atau manipulasi terhadap penggunaan Facebook oleh pihak pesantren. Peneliti mengukur penilaian responden terhadap pemanfaatan Facebook sebagaimana berlangsung dalam konteks kelembagaan yang diteliti. Oleh karena itu, hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran empiris mengenai tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan persepsi responden yang menjadi sampel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang mengetahui atau pernah mengakses akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Populasi tersebut mencakup calon santri, orang tua santri, wali santri, alumni, serta masyarakat umum yang memperoleh informasi mengenai Pondok Pesantren Baiturridwan melalui Facebook. Berdasarkan jumlah pengikut *(followers)* akun Facebook resmi Pondok Pesantren Baiturridwan pada saat penelitian dilaksanakan, jumlah populasi ditetapkan sebanyak 1.200 orang. Penetapan populasi tersebut didasarkan pada karakteristik individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman berinteraksi dengan akun Facebook pesantren, sehingga mereka dipandang relevan untuk memberikan penilaian mengenai pemanfaatan Facebook sebagai media informasi dan pembentukan citra lembaga.

Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua pengikut akun Facebook secara otomatis memiliki pengetahuan atau pengalaman yang memadai untuk menilai pemanfaatan Facebook oleh Pondok Pesantren Baiturridwan. Oleh karena itu, responden dipilih dengan mempertimbangkan keterkaitan mereka dengan akun Facebook pesantren dan kemampuan mereka memberikan penilaian terhadap informasi yang dipublikasikan. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh berasal dari responden yang sesuai dengan karakteristik objek penelitian (Etikan et al., 2016; Saunders et al., 2019).

Berdasarkan uraian teknik pengambilan sampel dalam dokumen penelitian, jumlah sampel direncanakan sebanyak 30 orang yang dipilih karena dianggap memahami penggunaan Facebook pesantren sebagai media informasi. Akan tetapi, bagian hasil penelitian mencantumkan jumlah responden yang dianalisis sebanyak 25 orang. Dengan demikian, untuk pelaporan metode artikel, jumlah responden yang digunakan dalam analisis hasil perlu mengacu pada data yang benar-benar diolah, yaitu 25 responden, sedangkan angka 30 orang tetap dicatat sebagai jumlah yang disebutkan pada bagian perencanaan sampel dalam dokumen. Perbedaan ini perlu dikonfirmasi kepada peneliti atau diperiksa kembali melalui data mentah angket sebelum naskah dipublikasikan, agar jumlah sampel yang dilaporkan konsisten pada bagian metode, hasil, dan pembahasan.

Kriteria responden dalam penelitian ini mengikuti karakteristik populasi yang telah ditetapkan, yaitu masyarakat yang mengetahui atau pernah mengakses akun Facebook

Pondok Pesantren Baiturridwan. Kelompok tersebut meliputi calon santri, orang tua santri, wali santri, alumni, dan masyarakat umum. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa responden memiliki keterkaitan dengan objek yang dinilai. Dengan demikian, responden tidak dipilih semata-mata berdasarkan kemudahan untuk dijangkau, tetapi berdasarkan relevansi pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap pemanfaatan Facebook pesantren. Penggunaan purposive sampling dalam konteks ini bertujuan memperoleh tanggapan dari individu yang sesuai dengan kebutuhan pengukuran penelitian (Etikan et al., 2016).

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang disusun dalam bentuk pernyataan tertulis. Angket digunakan untuk memperoleh data mengenai penilaian responden terhadap efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Pemilihan angket tertutup didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk memperoleh jawaban yang terstruktur, terukur, dan dapat dikonversi menjadi skor numerik. Melalui instrumen tersebut, seluruh responden memperoleh pernyataan yang sama dan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Penggunaan angket dengan pilihan jawaban terstruktur dapat membantu menyeragamkan proses pengukuran serta memudahkan pengolahan data secara statistik (Creswell & Creswell, 2018; DeVellis & Thorpe, 2021).

Angket penelitian disusun untuk mengukur efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan indikator yang berkaitan dengan fungsi Facebook sebagai media informasi dan pembentukan citra lembaga. Indikator yang tercantum dalam hasil penelitian meliputi sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak pendaftar, citra lembaga, dan efektivitas umum. Setiap indikator dijabarkan ke dalam pernyataan yang digunakan untuk mengetahui penilaian responden terhadap pemanfaatan Facebook oleh Pondok Pesantren Baiturridwan. Penyusunan butir pernyataan berdasarkan indikator tersebut dimaksudkan agar pengukuran tidak hanya menggambarkan keberadaan akun Facebook, tetapi juga mencakup penilaian terhadap informasi yang disampaikan, kualitas penyajian, hubungan dengan masyarakat, serta persepsi terhadap citra lembaga.

Instrumen angket pada tahap awal terdiri atas 30 butir pernyataan. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data penelitian, instrumen tersebut diuji coba kepada 30 orang siswa-siswi tingkat MTsN di Pondok Pesantren Baiturridwan, sebagaimana tercantum dalam dokumen penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui kelayakan butir pernyataan melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas diperlukan untuk menilai

sejauh mana setiap butir instrumen mampu mengukur aspek yang hendak diukur, sedangkan pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam menghasilkan skor pengukuran (DeVellis & Thorpe, 2021; Taherdoost, 2016).

Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Pengujian dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total instrumen. Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam dokumen, dari 30 butir pernyataan terdapat 25 butir yang dinyatakan valid dan 5 butir dinyatakan tidak valid, yaitu butir nomor 1, 5, 10, 17, dan 25. Dengan demikian, instrumen yang digunakan pada tahap penelitian terdiri atas 25 butir pernyataan valid. Pengujian korelasi butir dengan skor total merupakan salah satu prosedur yang dapat digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara setiap butir dan konstruk yang diukur, dengan tetap memperhatikan kesesuaian kriteria statistik yang digunakan (Darma, 2021; Taherdoost, 2016).

Setelah pengujian validitas, instrumen diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan bantuan SPSS. Pengujian ini bertujuan mengetahui konsistensi internal butir-butir pernyataan dalam instrumen. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang tercantum dalam dokumen, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,828 untuk 30 butir instrumen uji coba. Nilai tersebut lebih besar daripada batas 0,60 yang digunakan dalam dokumen penelitian, sehingga instrumen dinyatakan reliabel berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti. Nilai reliabilitas tersebut menunjukkan konsistensi internal instrumen pada tahap uji coba. Namun, karena lima butir kemudian dinyatakan tidak valid, pelaporan akhir sebaiknya juga mencantumkan hasil reliabilitas untuk 25 butir yang dipertahankan, apabila penghitungan ulang tersedia. Hal ini diperlukan agar nilai reliabilitas yang dilaporkan benar-benar mewakili instrumen final yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian (DeVellis & Thorpe, 2021; Taherdoost, 2016).

Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert. Pada bagian hasil penelitian, alternatif jawaban yang dicantumkan terdiri atas lima kategori, yaitu Sangat Efektif (SE), Efektif (E), Cukup Efektif (CE), Kurang Efektif (KE), dan Tidak Efektif (TE). Kelima kategori tersebut digunakan untuk menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap setiap pernyataan dalam angket. Skala bertingkat memungkinkan peneliti mengidentifikasi kecenderungan penilaian responden dari kategori paling positif sampai kategori paling rendah. Penggunaan skala Likert perlu disertai penjelasan yang konsisten mengenai kategori

jawaban dan pembobotan skor agar proses pengukuran dapat dipahami serta direplikasi oleh peneliti lain (DeVellis & Thorpe, 2021; Sullivan & Artino, 2013).

Dalam pelaksanaan pengumpulan data, angket diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Responden diminta membaca setiap pernyataan dan memilih satu alternatif jawaban yang paling sesuai dengan pengetahuan atau pengalaman mereka dalam mengakses akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Jawaban yang telah dikumpulkan selanjutnya diperiksa kelengkapannya sebelum memasuki tahap pengolahan data. Prosedur tersebut dilakukan untuk mengurangi kesalahan pengisian dan memastikan bahwa data yang dianalisis sesuai dengan tujuan pengukuran. Penggunaan prosedur pengumpulan yang seragam juga diperlukan agar setiap responden memperoleh perlakuan pengisian instrumen yang relatif sama (Babbie, 2020; Creswell & Creswell, 2018).

Selain angket, penelitian ini menggunakan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data pendukung. Dokumentasi dimanfaatkan untuk memperoleh informasi tertulis maupun visual yang berkaitan dengan kondisi umum Pondok Pesantren Baiturridwan dan pemanfaatan akun Facebook resminya. Dokumen yang dikumpulkan meliputi gambaran umum pondok pesantren, surat izin penelitian, tangkapan layar akun Facebook resmi Pondok Pesantren Baiturridwan, serta konten yang dipublikasikan melalui akun tersebut. Dokumentasi digunakan untuk memberikan konteks terhadap objek yang dinilai oleh responden sekaligus mendukung deskripsi mengenai penggunaan Facebook sebagai media penyampaian informasi lembaga. Penggunaan dokumen sebagai data pendukung dapat membantu peneliti menempatkan hasil angket dalam konteks objek penelitian yang lebih jelas (Bowen, 2009; Creswell & Creswell, 2018).

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dengan bantuan program SPSS. Statistik deskriptif digunakan untuk mengorganisasi, meringkas, dan menggambarkan karakteristik data yang telah dikumpulkan tanpa diarahkan untuk menguji hubungan sebab-akibat atau melakukan generalisasi statistik di luar cakupan penelitian. Teknik analisis ini dipilih karena tujuan penelitian adalah mengetahui tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan penilaian responden, sehingga hasil pengolahan data disajikan dalam bentuk ukuran statistik yang menggambarkan kecenderungan jawaban. Statistik deskriptif sesuai digunakan untuk menyajikan distribusi data, ukuran pemusatan, dan ukuran penyebaran sehingga karakteristik hasil pengukuran dapat dipahami secara sistematis (Field, 2018; Lim, 2025).

Tahap pertama dalam analisis data adalah editing, yaitu pemeriksaan kembali terhadap angket yang telah dikumpulkan. Pemeriksaan dilakukan untuk mengetahui kelengkapan jawaban responden, memastikan setiap butir telah diisi, serta mengidentifikasi kemungkinan adanya jawaban yang tidak jelas atau tidak sesuai dengan ketentuan pengisian. Tahap ini diperlukan agar data yang akan diolah telah memenuhi kelengkapan administratif dan dapat diproses pada tahap berikutnya. Pemeriksaan data sebelum analisis merupakan bagian penting dalam pengelolaan data survei karena kesalahan atau ketidaklengkapan jawaban dapat memengaruhi ketepatan hasil pengolahan (Babbie, 2020; Crick, 2024).

Tahap kedua adalah coding, yaitu pemberian kode numerik terhadap setiap alternatif jawaban responden. Pengodean dilakukan agar jawaban berbentuk kategori dapat dimasukkan ke dalam lembar kerja SPSS dan diolah secara statistik. Alternatif jawaban yang digunakan pada bagian hasil terdiri atas lima kategori, yaitu Sangat Efektif, Efektif, Cukup Efektif, Kurang Efektif, dan Tidak Efektif. Akan tetapi, tabel pembobotan skor pada dokumen sumber tidak menampilkan angka untuk masing-masing kategori. Oleh karena itu, nilai numerik setiap alternatif jawaban perlu dipastikan kembali berdasarkan angket dan lembar pengodean asli sebelum naskah artikel difinalisasi. Pembobotan tidak sebaiknya ditetapkan hanya berdasarkan dugaan, meskipun skala lima tingkat pada umumnya dapat diberi skor berurutan dari kategori terendah hingga tertinggi.

Tahap ketiga adalah tabulating, yaitu menyusun jawaban responden ke dalam tabel berdasarkan butir pernyataan dan kategori jawaban. Tabulasi dilakukan untuk mempermudah peneliti melihat distribusi jawaban, menghitung frekuensi setiap kategori, serta menyiapkan data untuk analisis statistik. Data yang telah dikodekan selanjutnya dimasukkan ke dalam SPSS agar dapat dihitung berdasarkan indikator dan keseluruhan skor instrumen. Penyusunan data dalam bentuk tabulasi juga membantu menjaga keteraturan data sehingga hasil pengolahan dapat ditelusuri kembali berdasarkan jawaban responden (Field, 2018; George & Mallery, 2020).

Tahap keempat adalah analisis statistik deskriptif. Analisis ini dilakukan dengan menghitung frekuensi, persentase, nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata *(mean)*, dan standar deviasi. Frekuensi digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang memilih setiap alternatif jawaban, sedangkan persentase digunakan untuk menggambarkan proporsi jawaban terhadap jumlah responden. Nilai minimum dan maksimum menunjukkan batas skor terendah dan tertinggi yang diperoleh, sementara rata-rata digunakan untuk

menggambarkan kecenderungan penilaian responden. Standar deviasi digunakan untuk menunjukkan tingkat penyebaran skor terhadap nilai rata-ratanya. Kombinasi ukuran tersebut memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai distribusi dan variasi penilaian responden terhadap efektivitas pemanfaatan Facebook (Field, 2018; George & Mallery, 2020).

Tahap kelima adalah analisis persentase. Analisis ini digunakan untuk mengetahui proporsi jawaban responden pada setiap alternatif jawaban dalam masing-masing pernyataan. Perhitungan persentase dilakukan dengan membandingkan frekuensi jawaban pada kategori tertentu dengan jumlah seluruh responden, kemudian dikalikan 100%. Hasil perhitungan persentase digunakan untuk memperlihatkan kecenderungan jawaban responden pada kategori Sangat Efektif, Efektif, Cukup Efektif, Kurang Efektif, dan Tidak Efektif. Penyajian persentase tersebut membantu memperjelas pola penilaian responden terhadap setiap indikator dan butir pernyataan, sehingga hasil penelitian tidak hanya ditampilkan dalam bentuk nilai rata-rata, tetapi juga menunjukkan distribusi jawaban yang membentuk nilai tersebut (Crick, 2024; Lim, 2025).

Tahap keenam adalah penentuan kategori tingkat efektivitas berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh. Dokumen penelitian menggunakan lima interval kategori untuk menginterpretasikan skor rata-rata, yaitu 4,21-5,00 termasuk kategori Sangat Efektif; 3,41-4,20 termasuk kategori Efektif; 2,61-3,40 termasuk kategori Cukup Efektif; 1,81-2,60 termasuk kategori Kurang Efektif; dan 1,00-1,80 termasuk kategori Tidak Efektif. Kategori tersebut digunakan untuk menginterpretasikan nilai rata-rata pada setiap indikator maupun nilai rata-rata keseluruhan. Dengan demikian, penilaian efektivitas dilakukan berdasarkan posisi nilai rata-rata dalam interval yang telah ditetapkan, sehingga hasil pengukuran dapat disajikan secara konsisten.

Berdasarkan skala lima tingkat, skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1. Dengan demikian, lebar interval diperoleh dari selisih skor tertinggi dan skor terendah yang dibagi ke dalam lima kategori. Hasil pengelompokan tersebut menjadi dasar interpretasi tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook. Penggunaan interval kategori perlu dilakukan secara konsisten pada seluruh indikator agar penafsiran hasil tidak berubah-ubah antara satu bagian analisis dan bagian lainnya.

Secara keseluruhan, analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi

dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan berdasarkan penilaian responden. Hasil pengolahan data kemudian disajikan menurut indikator sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak pendaftar, citra lembaga, dan efektivitas umum. Interpretasi hasil dibatasi pada kecenderungan penilaian responden sebagaimana tercermin dalam skor angket. Oleh karena itu, hasil analisis tidak digunakan untuk menyatakan adanya pengaruh kausal Facebook terhadap jumlah pendaftar, melainkan untuk menjelaskan bagaimana responden menilai efektivitas pemanfaatan Facebook dalam mendukung manajemen informasi dan pembentukan citra Pondok Pesantren Baiturridwan.

HASIL

Deskripsi Umum Data Penelitian

Penelitian mengenai efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan melibatkan 25 responden. Instrumen yang digunakan terdiri atas 25 butir pernyataan yang telah dinyatakan valid berdasarkan pengujian instrumen. Setiap pernyataan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Efektif (SE), Efektif (E), Cukup Efektif (CE), Kurang Efektif (KE), dan Tidak Efektif (TE). Data jawaban responden selanjutnya diolah menggunakan program IBM SPSS Statistics untuk memperoleh nilai minimum, maksimum, jumlah skor, rata-rata, median, modus, standar deviasi, dan varians.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Data Penelitian

Statistik	Nilai
Jumlah responden (N)	25
Jumlah butir pernyataan	25
Rata-rata (mean)	95,68
Median	101
Modus	101
Standar deviasi	19,467
Varians	378,977
Nilai tertinggi	121
Nilai terendah	30
Jumlah keseluruhan skor (sum)	2.392

Berdasarkan Tabel 1, jumlah responden yang datanya dianalisis adalah 25 orang. Skor keseluruhan yang diperoleh dari jawaban responden memiliki nilai terendah 30 dan nilai

tertinggi 121. Jumlah keseluruhan skor mencapai 2.392, dengan nilai rata-rata 95,68. Nilai median dan modus masing-masing sebesar 101. Sementara itu, standar deviasi tercatat sebesar 19,467 dan varians sebesar 378,977.

Pada tingkat butir pernyataan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum setiap butir berada pada angka 1 atau 2, sedangkan nilai maksimum mencapai 5. Rentang skor pada sebagian besar butir pernyataan adalah 4, sementara beberapa butir memiliki rentang skor 3. Nilai rata-rata setiap butir pernyataan berada pada kisaran 3,64 sampai dengan 4,00. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir P25 sebesar 4,00, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada butir P15 sebesar 3,64.

Distribusi Frekuensi Skor Total Responden

Analisis frekuensi dilakukan terhadap skor total yang diperoleh dari 25 responden. Analisis ini menghasilkan informasi mengenai jumlah responden pada setiap skor, persentase, persentase valid, dan persentase kumulatif.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Skor Total Responden

Skor total	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase kumulatif (%)
30	1	4,0	4,0
48	1	4,0	8,0
73	1	4,0	12,0
81	1	4,0	16,0
98	1	4,0	20,0
99	3	12,0	32,0
100	2	8,0	40,0
101	6	24,0	64,0
102	2	8,0	72,0
103	5	20,0	92,0
119	1	4,0	96,0
121	1	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0

Sebagaimana disajikan pada Tabel 2, skor total responden tersebar pada 12 nilai skor, yaitu 30, 48, 73, 81, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 119, dan 121. Skor 101 merupakan skor dengan frekuensi tertinggi, yaitu diperoleh oleh 6 responden atau 24% dari keseluruhan responden. Skor 103 diperoleh oleh 5 responden atau 20%, sedangkan skor 99 diperoleh oleh 3 responden atau 12%. Selanjutnya, skor 100 dan 102 masing-masing diperoleh oleh 2

responden atau 8%. Adapun skor 30, 48, 73, 81, 98, 119, dan 121 masing-masing diperoleh oleh 1 responden atau 4%. Berdasarkan distribusi tersebut, skor yang paling banyak muncul adalah 101, sedangkan skor terendah yang tercatat adalah 30 dan skor tertinggi adalah 121.

Hasil Analisis Berdasarkan Indikator Penelitian

Analisis berikutnya dilakukan berdasarkan delapan indikator efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan. Kedelapan indikator tersebut meliputi sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak pendaftar, citra lembaga, dan efektivitas umum. Setiap indikator diukur melalui sejumlah butir pernyataan yang tercantum dalam instrumen penelitian.

Tabel 3. Rata-Rata Setiap Indikator Efektivitas Pemanfaatan Facebook

No.	Indikator	Nomor butir	Rata-rata	Kategori
1	Sumber informasi	P1-P4	3,79	Efektif
2	Intensitas informasi	P5-P7	3,88	Efektif
3	Kualitas konten	P8-P11	3,86	Efektif
4	Interaksi	P12-P14	3,85	Efektif
5	Kepercayaan	P15-P16	3,68	Efektif
6	Dampak pendaftar	P17-P21	3,81	Efektif
7	Citra lembaga	P22-P24	3,83	Efektif
8	Efektivitas umum	P25	4,00	Efektif

Tabel 3 memperlihatkan nilai rata-rata masing-masing indikator penelitian. Indikator sumber informasi memperoleh nilai rata-rata 3,79. Indikator intensitas informasi memperoleh nilai 3,88, sedangkan indikator kualitas konten memperoleh nilai 3,86. Indikator interaksi mencatat nilai rata-rata 3,85 dan indikator kepercayaan sebesar 3,68.

Pada indikator dampak pendaftar, nilai rata-rata yang diperoleh adalah 3,81. Indikator citra lembaga memperoleh nilai rata-rata 3,83, sedangkan indikator efektivitas umum memperoleh nilai rata-rata 4,00. Nilai rata-rata keseluruhan dari 25 butir pernyataan adalah 3,84. Berdasarkan interval kategori yang digunakan dalam penelitian, seluruh indikator dan nilai rata-rata keseluruhan berada dalam kategori efektif.

Hasil pada Indikator Sumber Informasi

Indikator sumber informasi diukur melalui empat butir pernyataan, yaitu P1 sampai dengan P4. Keempat butir tersebut berkaitan dengan penggunaan Facebook sebagai sumber

awal informasi mengenai Pondok Pesantren Baiturridwan, pengenalan pesantren kepada masyarakat, pengenalan pesantren kepada calon santri baru, dan penyampaian informasi pendaftaran santri. Berdasarkan hasil analisis, indikator sumber informasi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,79 dan termasuk kategori efektif. Pada hasil analisis persentase yang tercantum dalam dokumen, jawaban kategori Efektif berada pada kisaran 48%-60%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 12%-24% untuk butir-butir dalam indikator tersebut.

Hasil pada Indikator Intensitas Informasi

Indikator intensitas informasi diukur melalui tiga butir pernyataan, yaitu P5 sampai dengan P7. Indikator ini berkaitan dengan intensitas atau frekuensi penyampaian informasi melalui akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator intensitas informasi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88 dan termasuk kategori efektif. Berdasarkan persentase jawaban responden yang dilaporkan dalam dokumen, kategori Efektif berada pada kisaran 60%-84%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 4%-20%.

Hasil pada Indikator Kualitas Konten

Indikator kualitas konten diukur melalui empat butir pernyataan, yaitu P8 sampai dengan P11. Pernyataan pada indikator ini berkaitan dengan kualitas konten yang dipublikasikan melalui Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan, termasuk penyajian informasi mengenai kegiatan, prestasi santri, serta konten berupa foto dan video. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator kualitas konten memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,86 dan termasuk kategori efektif. Persentase jawaban kategori Efektif berada pada kisaran 52%-68%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 12%-24%.

Hasil pada Indikator Interaksi

Indikator interaksi diukur melalui tiga butir pernyataan, yaitu P12 sampai dengan P14. Indikator tersebut mencakup penilaian responden terhadap interaksi yang berlangsung melalui akun Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, indikator interaksi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,85 dan termasuk kategori efektif. Persentase jawaban kategori Efektif berada pada kisaran 56%-68%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 12%-24%. Dalam dokumen penelitian juga tercatat adanya jawaban pada kategori Cukup Efektif dan Tidak Efektif pada sebagian butir dalam indikator ini.

Hasil pada Indikator Kepercayaan

Indikator kepercayaan diukur melalui dua butir pernyataan, yaitu P15 dan P16. Kedua butir tersebut berkaitan dengan penilaian responden terhadap kepercayaan atas informasi yang disampaikan melalui Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator kepercayaan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,68 dan termasuk kategori efektif. Pada butir P15, persentase responden yang memilih kategori Efektif tercatat sebesar 52%, sedangkan pada butir P16 sebesar 76%. Berdasarkan nilai rata-rata indikator, kepercayaan merupakan indikator dengan nilai paling rendah dibandingkan tujuh indikator lainnya.

Hasil pada Indikator Dampak Pendaftar

Indikator dampak pendaftar diukur melalui lima butir pernyataan, yaitu P17 sampai dengan P21. Pernyataan dalam indikator ini berkaitan dengan penilaian responden terhadap informasi yang disampaikan melalui Facebook dan keterkaitannya dengan minat masyarakat untuk mengetahui serta memilih Pondok Pesantren Baiturridwan. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa indikator dampak pendaftar memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81 dan termasuk kategori efektif. Persentase jawaban kategori Efektif berada pada kisaran 52%-68%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 8%-24%.

Hasil pada Indikator Citra Lembaga

Indikator citra lembaga diukur melalui tiga butir pernyataan, yaitu P22 sampai dengan P24. Ketiga butir tersebut berkaitan dengan penilaian responden terhadap citra Pondok Pesantren Baiturridwan melalui informasi yang disampaikan pada akun Facebook. Berdasarkan hasil analisis, indikator citra lembaga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,83 dan termasuk kategori efektif. Persentase jawaban kategori Efektif berada pada kisaran 56%-68%, sedangkan kategori Sangat Efektif berada pada kisaran 8%-28%. Pada butir P22, persentase jawaban kategori Sangat Efektif tercatat sebesar 28%.

Hasil pada Indikator Efektivitas Umum

Indikator efektivitas umum diukur melalui satu butir pernyataan, yaitu P25. Butir tersebut berkaitan dengan penilaian umum responden terhadap pemanfaatan Facebook sebagai media informasi Pondok Pesantren Baiturridwan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator efektivitas umum memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,00 dan termasuk kategori efektif. Berdasarkan persentase jawaban responden, sebanyak 60% memilih kategori Efektif

dan 24% memilih kategori Sangat Efektif. Dokumen penelitian juga mencatat bahwa sebagian kecil responden memilih kategori Cukup Efektif dan Kurang Efektif, sedangkan kategori Tidak Efektif tidak dipilih oleh responden pada butir P25.

Selain hasil yang menunjukkan nilai rata-rata pada kategori efektif, data penelitian juga mencatat sejumlah jawaban dan skor yang berada di bawah kecenderungan umum. Pada distribusi skor total, terdapat seorang responden yang memperoleh skor 30, seorang responden memperoleh skor 48, seorang responden memperoleh skor 73, dan seorang responden memperoleh skor 81. Masing-masing skor tersebut memiliki frekuensi satu responden atau 4% dari keseluruhan responden. Data tersebut berbeda dari skor yang paling banyak muncul, yaitu 101 dengan frekuensi enam responden atau 24%.

Pada tingkat indikator, nilai rata-rata kepercayaan sebesar 3,68 merupakan nilai terendah dibandingkan indikator lainnya. Nilai tersebut berada di bawah rata-rata keseluruhan sebesar 3,84. Selain itu, dokumen penelitian mencatat adanya jawaban pada kategori Cukup Efektif, Kurang Efektif, dan Tidak Efektif pada beberapa butir pernyataan, meskipun kategori Efektif merupakan kategori yang paling dominan pada sebagian besar butir. Pada indikator interaksi, misalnya, masih tercatat jawaban kategori Cukup Efektif dan Tidak Efektif. Pada indikator sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, kepercayaan, dampak pendaftar, dan citra lembaga juga dilaporkan terdapat sebagian jawaban pada kategori selain Efektif dan Sangat Efektif.

Tabel 4. Ringkasan Temuan Utama dan Data dengan Nilai Terendah

Aspek	Hasil
Rata-rata keseluruhan	3,84
Indikator dengan rata-rata tertinggi	Efektivitas umum (4,00)
Indikator dengan rata-rata terendah	Kepercayaan (3,68)
Skor total tertinggi	121
Skor total terendah	30
Skor yang paling sering muncul	101
Frekuensi skor 101	6 responden (24%)
Frekuensi skor 30	1 responden (4%)

Tabel 4 memperlihatkan perbedaan nilai antara indikator dengan rata-rata tertinggi dan indikator dengan rata-rata terendah. Indikator efektivitas umum memperoleh nilai 4,00, sedangkan indikator kepercayaan memperoleh nilai 3,68. Pada distribusi skor total, nilai

tertinggi tercatat sebesar 121 dan nilai terendah sebesar 30. Skor 101 menjadi skor yang paling sering diperoleh responden.

Secara keseluruhan, hasil pengolahan data dari 25 responden dan 25 butir pernyataan menghasilkan rata-rata keseluruhan sebesar 3,84. Berdasarkan interval penilaian yang digunakan dalam penelitian, nilai tersebut termasuk kategori efektif. Seluruh delapan indikator penelitian juga memperoleh kategori efektif, dengan nilai rata-rata masing-masing sebesar 3,79 untuk sumber informasi, 3,88 untuk intensitas informasi, 3,86 untuk kualitas konten, 3,85 untuk interaksi, 3,68 untuk kepercayaan, 3,81 untuk dampak pendaftar, 3,83 untuk citra lembaga, dan 4,00 untuk efektivitas umum. Hasil tersebut disajikan berdasarkan data statistik deskriptif dan distribusi jawaban responden. Dengan demikian, bagian hasil ini menunjukkan nilai pengukuran yang diperoleh pada setiap indikator, distribusi skor responden, serta variasi jawaban yang tercatat dalam dokumen penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84 dan termasuk dalam kategori efektif. Temuan tersebut menjawab rumusan masalah penelitian bahwa Facebook telah dimanfaatkan secara efektif sebagai media penyampaian informasi sekaligus sarana pendukung pembentukan citra lembaga. Penilaian responden memperlihatkan bahwa Facebook tidak hanya digunakan untuk memublikasikan kegiatan pesantren, tetapi juga menjadi media yang menghubungkan lembaga dengan masyarakat melalui penyampaian informasi mengenai aktivitas santri, program pendidikan, kegiatan keagamaan, prestasi, dan penerimaan santri baru. Dengan demikian, efektivitas pemanfaatan Facebook dalam penelitian ini tercermin dari kemampuan media tersebut memenuhi kebutuhan informasi masyarakat serta mendukung komunikasi antara pesantren dan publik.

Nilai rata-rata 3,84 juga memperlihatkan bahwa efektivitas pemanfaatan Facebook terbentuk melalui keterpaduan beberapa aspek pengelolaan informasi. Aspek tersebut meliputi ketersediaan sumber informasi, intensitas publikasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak terhadap minat pendaftar, dan citra lembaga. Seluruh indikator memperoleh kategori efektif, sehingga penilaian positif responden tidak hanya bertumpu pada satu aspek tertentu. Meskipun demikian, nilai setiap indikator menunjukkan tingkat

penilaian yang berbeda. Indikator intensitas informasi memperoleh nilai 3,88, sedangkan indikator kepercayaan memperoleh nilai 3,68. Perbedaan ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian relatif lebih tinggi terhadap frekuensi penyampaian informasi dibandingkan terhadap aspek kepercayaan. Artinya, keberhasilan memublikasikan informasi secara rutin masih perlu disertai perhatian terhadap ketepatan, konsistensi, dan keterpercayaan informasi yang disampaikan.

Temuan tersebut dapat dipahami melalui konsep efektivitas organisasi yang menempatkan pencapaian tujuan sebagai salah satu ukuran keberhasilan suatu kegiatan. Dalam konteks penelitian ini, tujuan pemanfaatan Facebook bukan sekadar memiliki akun atau menghasilkan unggahan, melainkan menyediakan informasi yang dapat diakses masyarakat dan mendukung terbentuknya persepsi positif terhadap pesantren. Oleh karena itu, nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84 menunjukkan bahwa berdasarkan persepsi responden, penggunaan Facebook telah mendukung tujuan pengelolaan informasi Pondok Pesantren Baiturridwan. Namun, karena penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif, hasil tersebut menggambarkan penilaian responden dan belum membuktikan hubungan sebab-akibat bahwa penggunaan Facebook secara langsung menyebabkan peningkatan citra lembaga atau jumlah pendaftar.

Indikator sumber informasi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,79 dan termasuk kategori efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa Facebook telah berfungsi sebagai salah satu saluran yang memudahkan masyarakat memperoleh informasi mengenai Pondok Pesantren Baiturridwan. Informasi yang disampaikan melalui akun Facebook membantu memperkenalkan keberadaan pesantren, program pendidikan, kegiatan santri, serta informasi penerimaan santri baru. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberadaan media sosial dapat memperluas akses masyarakat terhadap informasi kelembagaan tanpa mengharuskan mereka datang langsung ke lingkungan pesantren. Dengan demikian, Facebook berperan sebagai penghubung informasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat.

Jika dikaitkan dengan manajemen informasi, fungsi sumber informasi tidak hanya ditentukan oleh tersedianya media untuk menyampaikan pesan, tetapi juga oleh kesesuaian informasi dengan kebutuhan penerimanya. Masyarakat yang sedang mencari informasi mengenai lembaga pendidikan membutuhkan keterangan yang jelas tentang program pendidikan, aktivitas peserta didik, lingkungan pembelajaran, dan proses penerimaan santri. Publikasi informasi tersebut dapat membantu masyarakat memperoleh gambaran awal

mengenai pesantren sebelum mengambil keputusan lebih lanjut. Oleh sebab itu, penilaian efektif pada indikator ini menunjukkan bahwa Facebook telah memberikan kemudahan akses informasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Meskipun demikian, efektivitas Facebook sebagai sumber informasi perlu terus didukung dengan penyajian informasi yang lengkap dan mudah ditemukan. Informasi penerimaan santri baru, misalnya, perlu disampaikan secara jelas dengan mencantumkan persyaratan, jadwal, prosedur pendaftaran, serta saluran komunikasi resmi yang dapat dihubungi. Pengelolaan informasi semacam ini penting agar masyarakat tidak hanya mengetahui keberadaan pesantren, tetapi juga memperoleh informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan. Dengan demikian, Facebook dapat terus dikembangkan sebagai saluran informasi kelembagaan yang informatif dan mudah diakses.

Indikator intensitas informasi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88 dan menjadi salah satu indikator dengan penilaian tertinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden menilai frekuensi penyampaian informasi melalui Facebook telah berjalan secara efektif. Publikasi mengenai kegiatan pembelajaran, aktivitas santri, prestasi, kegiatan keagamaan, dan penerimaan santri baru memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengikuti perkembangan pesantren. Intensitas publikasi yang dinilai baik memperlihatkan bahwa akun Facebook telah dimanfaatkan secara aktif sebagai media dokumentasi sekaligus penyebaran informasi.

Dalam perspektif manajemen informasi, intensitas publikasi berkaitan dengan kesinambungan penyampaian informasi kepada masyarakat. Informasi yang diperbarui secara berkala memungkinkan publik memperoleh gambaran mengenai aktivitas lembaga dari waktu ke waktu. Bagi Pondok Pesantren Baiturridwan, publikasi yang berkelanjutan juga dapat memperlihatkan bahwa kegiatan pendidikan dan pembinaan santri berlangsung secara aktif. Foto dan video kegiatan dapat memperkuat penyampaian pesan karena masyarakat tidak hanya menerima informasi dalam bentuk tulisan, tetapi juga memperoleh gambaran visual mengenai aktivitas pesantren.

Namun, intensitas publikasi tidak seharusnya hanya diukur dari banyaknya unggahan. Frekuensi yang tinggi perlu diimbangi dengan relevansi, ketepatan waktu, dan kualitas informasi. Unggahan yang terlalu sering tetapi tidak memberikan informasi baru berpotensi mengurangi perhatian masyarakat. Sebaliknya, publikasi yang terencana dan memiliki isi yang jelas dapat membantu masyarakat memahami perkembangan pesantren secara lebih terarah.

Oleh karena itu, nilai 3,88 menunjukkan bahwa intensitas informasi telah dinilai efektif, tetapi pengelola akun tetap perlu menjaga keteraturan jadwal publikasi dan memastikan setiap unggahan memiliki nilai informasi bagi masyarakat.

Indikator kualitas konten memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,86 dan berada pada kategori efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap konten yang disajikan melalui Facebook Pondok Pesantren Baiturridwan. Konten yang memuat kegiatan pembelajaran, aktivitas keagamaan, prestasi santri, serta dokumentasi kehidupan pesantren dapat membantu masyarakat memperoleh gambaran mengenai proses pendidikan dan pembinaan yang dilaksanakan. Penyajian informasi melalui tulisan, foto, dan video juga memberikan variasi dalam penyampaian pesan sehingga informasi tidak hanya diterima melalui uraian tekstual.

Kualitas konten memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap suatu lembaga. Informasi yang jelas, relevan, menarik, dan mudah dipahami dapat membantu publik mengenali karakteristik serta kegiatan lembaga pendidikan. Dalam konteks pesantren, konten mengenai pembelajaran, pembinaan keagamaan, kedisiplinan, dan prestasi santri dapat menjadi gambaran mengenai aktivitas pendidikan yang diselenggarakan. Dengan demikian, konten Facebook tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga dapat menjadi representasi aktivitas kelembagaan yang diperlihatkan kepada masyarakat.

Walaupun memperoleh kategori efektif, kualitas konten tetap perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Pengelola akun perlu memperhatikan keakuratan keterangan, kesesuaian foto atau video dengan informasi yang disampaikan, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta kelengkapan informasi. Konten juga sebaiknya disusun dengan memperhatikan kebutuhan kelompok sasaran, terutama calon santri dan orang tua. Dengan cara tersebut, publikasi Facebook dapat memberikan informasi yang lebih bermakna dan membantu masyarakat membangun pemahaman yang lebih utuh mengenai Pondok Pesantren Baiturridwan.

Indikator interaksi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,85 dan termasuk kategori efektif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Facebook telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi antara Pondok Pesantren Baiturridwan dan masyarakat. Interaksi dapat berlangsung melalui fitur komentar, tanggapan, dan penyebaran kembali informasi yang dipublikasikan. Keberadaan fitur tersebut memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk

merespons informasi, menyampaikan pertanyaan, maupun memperoleh penjelasan lebih lanjut mengenai kegiatan dan program pesantren.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan Facebook memiliki karakter komunikasi yang tidak sepenuhnya satu arah. Berbeda dari penyampaian informasi melalui media yang hanya memungkinkan penerima membaca atau melihat pesan, Facebook menyediakan ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan. Interaksi tersebut dapat membantu pesantren memahami kebutuhan informasi publik sekaligus memberikan kesempatan untuk membangun hubungan komunikasi yang lebih dekat. Dalam konteks pembangunan citra lembaga, komunikasi yang terbuka dan responsif dapat mendukung terbentuknya kesan bahwa pesantren memiliki perhatian terhadap kebutuhan masyarakat.

Meskipun indikator interaksi telah memperoleh kategori efektif, pengelola akun tetap perlu meningkatkan kualitas respons terhadap pertanyaan dan komentar masyarakat. Efektivitas interaksi tidak cukup hanya ditunjukkan oleh keberadaan komentar atau tanda suka, tetapi juga oleh kemampuan lembaga memberikan jawaban yang jelas, sopan, dan tepat. Respons yang terlambat atau pertanyaan yang tidak memperoleh tindak lanjut dapat mengurangi manfaat komunikasi digital. Oleh karena itu, pengelolaan interaksi perlu dilakukan secara aktif agar Facebook benar-benar berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah antara pesantren dan masyarakat.

Indikator kepercayaan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,68, yaitu nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, meskipun masih termasuk kategori efektif. Temuan ini memiliki arti penting karena memperlihatkan bahwa responden secara umum menilai informasi yang disampaikan melalui Facebook dapat dipercaya, tetapi aspek kepercayaan masih memerlukan perhatian lebih besar. Kepercayaan masyarakat terhadap informasi kelembagaan berkaitan dengan keyakinan bahwa informasi yang dipublikasikan benar, konsisten, dapat dipertanggungjawabkan, dan berasal dari sumber yang jelas.

Dalam konteks Pondok Pesantren Baiturridwan, kepercayaan menjadi aspek penting karena informasi Facebook dapat memengaruhi pemahaman masyarakat mengenai program pendidikan, kegiatan santri, prestasi, dan penerimaan peserta didik baru. Informasi yang tidak lengkap atau tidak diperbarui berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Sebaliknya, informasi yang disampaikan secara akurat dan konsisten dapat membantu masyarakat memperoleh gambaran yang lebih dapat diandalkan mengenai lembaga. Oleh sebab itu, kepercayaan tidak hanya dibentuk melalui isi unggahan, tetapi juga melalui konsistensi

pengelolaan akun dan kesesuaian antara informasi yang dipublikasikan dengan kondisi nyata di lingkungan pesantren.

Nilai rata-rata 3,68 menunjukkan bahwa aspek kepercayaan perlu menjadi salah satu prioritas pengembangan pengelolaan Facebook. Pengelola akun perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan telah diperiksa sebelum dipublikasikan, menggunakan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan, serta diperbarui apabila terdapat perubahan. Selain itu, informasi penting seperti biaya pendidikan, jadwal pendaftaran, persyaratan penerimaan, dan program pesantren sebaiknya disampaikan secara jelas. Langkah tersebut dapat memperkuat kredibilitas informasi dan mendukung terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Baiturridwan.

Indikator dampak terhadap minat pendaftar memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81 dan termasuk kategori efektif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden menilai informasi yang disampaikan melalui Facebook dapat menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam mengenal dan memilih Pondok Pesantren Baiturridwan. Publikasi mengenai kegiatan pembelajaran, aktivitas santri, program pendidikan, dan prestasi pesantren dapat memberikan informasi awal kepada calon santri maupun orang tua. Informasi tersebut memungkinkan masyarakat memperoleh gambaran mengenai lingkungan dan kegiatan pendidikan sebelum melakukan komunikasi atau kunjungan secara langsung.

Temuan ini perlu dipahami sebagai penilaian responden terhadap kontribusi Facebook dalam mendukung minat pendaftar, bukan sebagai bukti bahwa Facebook menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keputusan pendaftaran. Keputusan orang tua dan calon santri dalam memilih lembaga pendidikan dapat dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, seperti kualitas pendidikan, biaya, lokasi, fasilitas, lingkungan pesantren, rekomendasi keluarga, dan kebutuhan pendidikan. Dengan demikian, Facebook lebih tepat dipahami sebagai salah satu media yang membantu menyediakan informasi dan memperkenalkan pesantren kepada masyarakat.

Data jumlah pendaftar MTsS dan SMA dalam dokumen penelitian juga memperlihatkan adanya perubahan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun. Pada MTsS, jumlah pendaftar tercatat sebanyak 59 orang pada 2019, 65 orang pada 2020, 60 orang pada 2021, 55 orang pada 2022, 64 orang pada 2023, 56 orang pada 2024, dan 39 orang pada 2025. Sementara itu, jumlah pendaftar SMA tercatat sebanyak 60 orang pada 2019, 50 orang pada 2020, 40 orang pada 2021, 60 orang pada 2022, 55 orang pada 2023, 45 orang pada 2024, dan

30 orang pada 2025. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pendaftar mengalami fluktuasi dan penurunan pada tahun-tahun terakhir. Oleh karena itu, data tersebut tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa pemanfaatan Facebook secara langsung meningkatkan jumlah pendaftar. Data tersebut justru memperlihatkan pentingnya membedakan antara penilaian responden terhadap manfaat Facebook dan perubahan jumlah pendaftar yang dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Dengan demikian, kontribusi Facebook terhadap minat pendaftar lebih tepat dilihat dari fungsinya sebagai media pengenalan dan penyedia informasi yang membantu calon santri serta orang tua memperoleh gambaran awal mengenai pesantren. Agar kontribusi tersebut semakin optimal, informasi penerimaan santri baru perlu disajikan secara lengkap, mudah ditemukan, dan diperbarui sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Indikator citra lembaga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,83 dan termasuk kategori efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai pemanfaatan Facebook telah mendukung pembentukan citra positif Pondok Pesantren Baiturridwan. Citra lembaga berkaitan dengan gambaran atau persepsi masyarakat terhadap karakteristik, aktivitas, dan kualitas suatu lembaga. Dalam konteks pesantren, persepsi tersebut dapat terbentuk melalui informasi mengenai kegiatan pendidikan, pembinaan keagamaan, aktivitas santri, prestasi, serta komunikasi yang dilakukan oleh pihak pesantren dengan masyarakat.

Publikasi kegiatan pesantren melalui Facebook memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengetahui aktivitas lembaga secara lebih luas. Dokumentasi kegiatan pembelajaran, aktivitas keagamaan, dan prestasi santri dapat menjadi informasi yang membantu masyarakat memahami kehidupan pendidikan di pesantren. Apabila informasi tersebut disampaikan secara konsisten dan sesuai dengan keadaan sebenarnya, publikasi dapat mendukung terbentuknya persepsi yang lebih positif. Dengan demikian, Facebook berfungsi sebagai media yang memperlihatkan aktivitas dan identitas kelembagaan kepada masyarakat.

Namun, citra lembaga tidak terbentuk hanya melalui publikasi di media sosial. Citra juga berkaitan dengan pengalaman masyarakat, kualitas pelayanan pendidikan, perilaku warga pesantren, hubungan dengan orang tua, serta kesesuaian antara informasi yang disampaikan dan kenyataan yang dijumpai. Oleh sebab itu, pemanfaatan Facebook perlu berjalan seiring dengan peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan dan pelayanan pesantren. Media

sosial dapat memperkenalkan citra lembaga, tetapi keberlanjutan citra positif tetap membutuhkan kualitas nyata yang dirasakan oleh masyarakat.

Indikator efektivitas umum memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,00, yaitu nilai tertinggi dalam penelitian ini dan termasuk kategori efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan penilaian positif terhadap pemanfaatan Facebook sebagai media penyampaian informasi Pondok Pesantren Baiturridwan. Penilaian tersebut memperlihatkan bahwa Facebook dipandang mampu menjalankan beberapa fungsi secara bersamaan, yaitu sebagai sumber informasi, media publikasi kegiatan, sarana komunikasi, media promosi, dan pendukung pembentukan citra lembaga.

Nilai efektivitas umum yang tinggi perlu dibaca bersama hasil tujuh indikator lainnya. Intensitas informasi memperoleh nilai 3,88, kualitas konten 3,86, interaksi 3,85, citra lembaga 3,83, dampak terhadap minat pendaftar 3,81, sumber informasi 3,79, dan kepercayaan 3,68. Keseluruhan nilai tersebut menunjukkan bahwa efektivitas Facebook tidak berdiri pada satu aspek, melainkan merupakan hasil keterkaitan antara ketersediaan informasi, kesinambungan publikasi, mutu konten, komunikasi, dan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, nilai 4,00 pada indikator efektivitas umum memperkuat gambaran bahwa responden menilai Facebook sebagai media yang bermanfaat bagi pengelolaan informasi pesantren.

Meskipun demikian, tingginya penilaian pada indikator efektivitas umum tidak berarti bahwa seluruh aspek pengelolaan Facebook telah mencapai kondisi optimal. Nilai indikator kepercayaan yang relatif lebih rendah menunjukkan masih terdapat ruang untuk melakukan perbaikan. Oleh karena itu, pengelola pesantren perlu mempertahankan aspek yang telah dinilai baik sekaligus meningkatkan aspek yang masih memerlukan perhatian.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa Facebook dapat dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi dan pendukung pembentukan citra lembaga pendidikan Islam. Hasil tersebut memiliki kesamaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan dalam dokumen penelitian, meskipun terdapat perbedaan pada objek dan orientasi kajiannya. Penelitian Gita Mashuri (2024), misalnya, membahas pemanfaatan Facebook sebagai media promosi produk UMKM Yummydona Potato. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan Facebook sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak. Perbedaannya, penelitian Mashuri berorientasi pada promosi produk, sedangkan penelitian ini menempatkan Facebook sebagai strategi manajemen informasi untuk mendukung pembentukan citra lembaga pendidikan Islam.

Kesamaan dalam penggunaan Facebook sebagai media informasi juga terlihat pada penelitian Alfina Fauziah (2022) mengenai pemanfaatan Facebook oleh aparat desa dalam menyampaikan informasi program pembangunan. Penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini dalam hal penggunaan media sosial untuk menjangkau masyarakat dan menyampaikan informasi kelembagaan. Akan tetapi, konteks penelitian ini lebih khusus karena informasi yang dikelola berkaitan dengan kegiatan pendidikan, aktivitas santri, program pesantren, serta pembentukan persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas pembahasan pemanfaatan Facebook dari konteks pelayanan informasi publik menuju konteks pengelolaan informasi dan citra lembaga pendidikan pesantren.

Penelitian Rafie Hasan (2022) tentang pemanfaatan Facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak dan penelitian Reena Pooja Hasyimi (2025) mengenai pemanfaatan Facebook sebagai media pemasaran oleh ibu-ibu di Desa Petapahan juga memiliki kesamaan dalam menempatkan Facebook sebagai media komunikasi dan promosi. Namun, orientasi penelitian tersebut lebih menekankan pemasaran jasa maupun produk, sedangkan penelitian ini mengkaji bagaimana Facebook mendukung pengelolaan informasi pesantren dan pembentukan citra lembaga. Perbedaan orientasi tersebut menjadi salah satu karakteristik penelitian ini, yaitu menghubungkan aspek sumber informasi, intensitas publikasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, minat pendaftar, dan citra lembaga dalam satu pengukuran efektivitas.

Dari sisi teori citra, temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui pandangan Frank Jefkins mengenai citra sebagai kesan, persepsi, dan keyakinan publik terhadap suatu lembaga yang terbentuk melalui informasi serta pengalaman yang diterima. Berdasarkan perspektif tersebut, publikasi kegiatan pesantren melalui Facebook dapat menjadi salah satu sumber informasi yang membentuk gambaran masyarakat mengenai Pondok Pesantren Baiturridwan. Informasi mengenai kegiatan pembelajaran, aktivitas keagamaan, prestasi santri, dan program pendidikan memberikan gambaran mengenai identitas serta aktivitas lembaga. Hasil penelitian yang menunjukkan nilai 3,83 pada indikator citra lembaga memperlihatkan bahwa responden menilai Facebook telah mendukung pembentukan citra positif pesantren. Namun, pembentukan citra tetap membutuhkan kesesuaian antara informasi yang disampaikan dengan pengalaman nyata masyarakat ketika berinteraksi dengan lembaga.

Temuan pada indikator interaksi juga memiliki keterkaitan dengan uraian Men dan Jiang (2020) sebagaimana dicantumkan dalam kajian teori dokumen penelitian. Keduanya menekankan pentingnya komunikasi melalui media sosial dalam pengelolaan reputasi dan hubungan lembaga dengan publik. Dalam penelitian ini, nilai rata-rata interaksi sebesar 3,85 menunjukkan bahwa Facebook dinilai efektif sebagai sarana komunikasi antara pesantren dan masyarakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa fungsi Facebook tidak terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga menyediakan ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan dan memperoleh penjelasan. Dengan demikian, hasil penelitian mendukung pandangan bahwa kualitas komunikasi digital merupakan salah satu aspek yang berperan dalam membangun persepsi publik terhadap lembaga.

Secara keseluruhan, perbandingan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki kesinambungan dengan penelitian terdahulu dalam hal pemanfaatan Facebook sebagai media informasi, komunikasi, dan promosi. Perbedaannya terletak pada konteks penerapan dan fokus pengukuran, yaitu efektivitas Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam mendukung citra pondok pesantren. Kontribusi khusus penelitian ini terletak pada pemetaan tujuh aspek pengelolaan informasi dan citra, serta satu indikator efektivitas umum, sehingga efektivitas pemanfaatan Facebook dapat dilihat secara lebih menyeluruh berdasarkan penilaian responden.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa efektivitas pemanfaatan media sosial dalam pengelolaan informasi lembaga pendidikan perlu dipahami melalui beberapa aspek yang saling berkaitan. Facebook tidak cukup dinilai berdasarkan keberadaan akun atau jumlah unggahan, tetapi juga perlu dilihat dari kemampuannya menyediakan informasi, menjaga kesinambungan publikasi, menyajikan konten yang berkualitas, membangun interaksi, menumbuhkan kepercayaan, mendukung minat masyarakat, dan memperkuat citra lembaga. Nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84 menunjukkan bahwa kedelapan indikator yang digunakan dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan persepsi responden.

Temuan tersebut juga memperlihatkan keterkaitan antara manajemen informasi dan pembentukan citra lembaga. Informasi yang dipublikasikan melalui media sosial dapat menjadi salah satu sumber bagi masyarakat untuk mengenali karakteristik dan aktivitas suatu lembaga. Ketika informasi disampaikan secara teratur, relevan, dan dapat dipercaya, masyarakat memiliki kesempatan untuk membangun pemahaman mengenai lembaga

tersebut. Dalam konteks ini, hasil penelitian memberikan penguatan secara empiris terhadap pembahasan mengenai peran media sosial sebagai sarana pengelolaan informasi dan komunikasi kelembagaan, khususnya pada lembaga pendidikan Islam.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Pondok Pesantren Baiturridwan dalam mengembangkan pengelolaan akun Facebook. Nilai rata-rata keseluruhan yang berada pada kategori efektif menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook layak dipertahankan sebagai salah satu media penyampaian informasi pesantren. Pengelola akun perlu mempertahankan intensitas publikasi dan kualitas konten yang telah memperoleh penilaian baik. Publikasi dapat diarahkan pada informasi yang menggambarkan kegiatan pendidikan, pembinaan karakter, aktivitas keagamaan, prestasi santri, fasilitas, program unggulan, serta informasi penerimaan santri baru.

Indikator kepercayaan yang memperoleh nilai rata-rata paling rendah, yaitu 3,68, perlu memperoleh perhatian khusus. Pengelola akun sebaiknya memastikan setiap informasi telah diperiksa sebelum dipublikasikan, mencantumkan keterangan yang jelas, dan memperbarui informasi apabila terdapat perubahan. Selain itu, pengelola perlu memberikan respons terhadap pertanyaan atau komentar masyarakat secara tepat dan komunikatif. Upaya tersebut penting agar interaksi yang berlangsung melalui Facebook tidak hanya menghasilkan keterlibatan pengguna, tetapi juga memberikan kepastian informasi kepada masyarakat.

Bagi pimpinan pesantren, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memperkuat koordinasi pengelolaan informasi digital. Pengelolaan akun sebaiknya dilakukan melalui pembagian tugas yang jelas, perencanaan jadwal publikasi, pemilihan materi yang sesuai dengan identitas pesantren, serta evaluasi terhadap tanggapan masyarakat. Pihak pesantren juga perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui Facebook sesuai dengan kondisi dan kegiatan nyata di lingkungan lembaga. Dengan demikian, komunikasi digital dapat berjalan searah dengan kualitas pelayanan dan penyelenggaraan pendidikan.

Bagi lembaga pendidikan Islam lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi manajemen informasi. Pengalaman Pondok Pesantren Baiturridwan memperlihatkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk memperluas penyampaian informasi dan memperkenalkan aktivitas lembaga kepada masyarakat. Namun, pemanfaatannya perlu disertai pengelolaan yang terencana, konsisten, dan bertanggung jawab agar informasi yang disampaikan dapat mendukung kepercayaan serta citra positif lembaga.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami dan menggunakan hasilnya. Pertama, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif sehingga hasilnya berfokus pada penggambaran penilaian responden terhadap efektivitas pemanfaatan Facebook. Pendekatan ini belum dapat menjelaskan secara mendalam alasan masyarakat memberikan penilaian tertentu ataupun proses terbentuknya citra pesantren melalui pengalaman langsung mereka. Penelitian ini juga tidak dirancang untuk menguji hubungan sebab-akibat antara pemanfaatan Facebook dan perubahan jumlah pendaftar. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk menyatakan bahwa Facebook secara langsung meningkatkan jumlah pendaftar atau menjadi satu-satunya faktor pembentuk citra lembaga.

Kedua, objek penelitian terbatas pada pemanfaatan Facebook di Pondok Pesantren Baiturridwan. Dengan demikian, hasil penelitian menggambarkan kondisi pada satu lembaga dan belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh pondok pesantren atau lembaga pendidikan Islam yang memiliki karakteristik, sasaran masyarakat, dan pola pengelolaan media sosial berbeda. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan beberapa pondok pesantren dengan karakteristik yang beragam agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pemanfaatan media sosial dalam manajemen informasi dan pembentukan citra lembaga pendidikan Islam.

Ketiga, terdapat ketidaksesuaian jumlah sampel dalam dokumen penelitian. Bagian metodologi menyebutkan rencana sampel sebanyak 30 responden, sedangkan tabel hasil analisis statistik menunjukkan jumlah data yang dianalisis sebanyak 25 responden. Perbedaan ini perlu diperjelas melalui pemeriksaan kembali data kuesioner dan proses pengolahan data. Oleh karena itu, jumlah responden yang digunakan dalam penyajian hasil artikel perlu mengikuti data akhir yang benar-benar dianalisis, bukan semata-mata jumlah sampel yang direncanakan pada bagian metodologi.

Keempat, dokumen penelitian memuat perbedaan mengenai jumlah kategori jawaban pada skala penilaian. Pada bagian tertentu disebutkan empat kategori, sedangkan tabel hasil penelitian menggunakan lima kategori, yaitu Sangat Efektif, Efektif, Cukup Efektif, Kurang Efektif, dan Tidak Efektif. Selain itu, nilai reliabilitas yang dilaporkan, yaitu Cronbach's Alpha sebesar 0,828, perlu dipastikan kembali kesesuaiannya dengan jumlah butir instrumen yang dinyatakan valid dan digunakan dalam analisis akhir. Pemeriksaan terhadap pengodean

jawaban, jumlah butir, dan data uji reliabilitas diperlukan agar prosedur pengukuran dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

Kelima, data jumlah pendaftar MTsS dan SMA memperlihatkan perubahan dari tahun ke tahun, termasuk penurunan pada 2024 dan 2025. Akan tetapi, penelitian ini belum mengidentifikasi secara khusus faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi perubahan tersebut, seperti kondisi ekonomi masyarakat, persaingan antarlembaga pendidikan, kebijakan penerimaan peserta didik, kualitas pelayanan pendidikan, maupun strategi promosi melalui media lain. Karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggabungkan data statistik pendaftar dengan wawancara terhadap calon santri, orang tua, pengelola pesantren, dan masyarakat untuk memperoleh penjelasan yang lebih menyeluruh mengenai kontribusi Facebook terhadap minat pendaftaran.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian berikutnya disarankan menggunakan pendekatan campuran atau mixed methods dengan menggabungkan pengukuran kuantitatif dan pendalaman kualitatif. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji perbandingan efektivitas Facebook dengan platform media sosial lainnya, menganalisis karakteristik konten yang paling banyak memperoleh respons masyarakat, serta menelusuri pengalaman calon santri dan orang tua dalam menggunakan informasi digital sebagai bahan pertimbangan memilih pesantren. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara pengelolaan informasi digital, kepercayaan masyarakat, minat pendaftar, dan citra lembaga pendidikan Islam.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, perbandingan dengan literatur, serta interpretasi terhadap konteks penelitian, dapat ditegaskan bahwa pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan berada pada kategori efektif dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84. Efektivitas tersebut terlihat dari kemampuan Facebook dalam menyediakan informasi, menjaga intensitas publikasi, menyajikan konten, memfasilitasi interaksi, membangun kepercayaan, mendukung minat pendaftar, dan memperkuat citra lembaga. Seluruh indikator memperoleh kategori efektif, meskipun terdapat perbedaan nilai yang menunjukkan bahwa aspek kepercayaan masih memerlukan perhatian lebih dibandingkan indikator lainnya.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pemanfaatan Facebook tidak hanya bergantung pada aktivitas publikasi, tetapi juga pada kualitas pengelolaan informasi secara menyeluruh. Informasi yang teratur dan relevan perlu disertai keakuratan isi,

komunikasi yang responsif, serta kesesuaian antara pesan yang dipublikasikan dan kondisi nyata lembaga. Dalam konteks Pondok Pesantren Baiturridwan, Facebook telah dinilai efektif sebagai media pendukung manajemen informasi dan pembentukan citra positif berdasarkan persepsi responden. Namun, efektivitas tersebut perlu dipertahankan melalui evaluasi dan pengembangan pengelolaan akun secara berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian harus dipahami sesuai batas pendekatan deskriptif yang digunakan, sehingga tidak dimaknai sebagai bukti bahwa Facebook secara langsung menyebabkan peningkatan jumlah pendaftar atau perubahan citra lembaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Facebook telah berjalan dalam kategori efektif, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84. Temuan ini menunjukkan bahwa Facebook telah dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi mengenai kegiatan pendidikan, aktivitas santri, program keagamaan, prestasi, dan informasi kelembagaan kepada masyarakat. Melalui pemanfaatan media tersebut, masyarakat memperoleh akses untuk mengenal aktivitas dan identitas Pondok Pesantren Baiturridwan.

Hasil pengukuran terhadap delapan indikator menunjukkan bahwa seluruhnya berada dalam kategori efektif. Indikator intensitas informasi memperoleh nilai rata-rata tertinggi di antara tujuh indikator khusus, yaitu 3,88, diikuti kualitas konten sebesar 3,86, interaksi sebesar 3,85, citra lembaga sebesar 3,83, dampak terhadap minat pendaftar sebesar 3,81, sumber informasi sebesar 3,79, dan kepercayaan sebesar 3,68. Sementara itu, indikator efektivitas umum memperoleh nilai 4,00. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pemanfaatan Facebook dinilai efektif terutama dalam penyampaian informasi secara berkala, penyajian konten, dan penyediaan ruang interaksi dengan masyarakat. Namun, aspek kepercayaan masih perlu mendapatkan perhatian lebih agar informasi yang dipublikasikan semakin akurat, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa Facebook berperan sebagai media pendukung pembentukan citra lembaga melalui publikasi aktivitas dan program pesantren. Informasi yang disampaikan memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai kegiatan pendidikan dan kehidupan santri di Pondok Pesantren Baiturridwan. Meskipun demikian, data jumlah

pendaftar MTsS dan SMA selama 2019–2025 menunjukkan adanya fluktuasi dan penurunan pada tahun-tahun terakhir. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak membuktikan bahwa pemanfaatan Facebook secara langsung meningkatkan jumlah pendaftar. Facebook lebih tepat dipahami sebagai salah satu media yang mendukung pengenalan lembaga, penyediaan informasi, dan pembentukan persepsi masyarakat.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan Facebook sebagai strategi manajemen informasi dalam membangun citra Pondok Pesantren Baiturridwan telah terjawab. Secara keseluruhan, Facebook dinilai efektif sebagai media pendukung pengelolaan informasi dan pembentukan citra lembaga berdasarkan persepsi responden, meskipun efektivitas tersebut masih perlu ditingkatkan melalui pengelolaan informasi yang lebih terencana dan berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen informasi dan komunikasi lembaga pendidikan Islam, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana membangun citra pondok pesantren. Kontribusi tersebut terlihat dari penggunaan delapan indikator untuk menggambarkan efektivitas Facebook, yaitu sumber informasi, intensitas informasi, kualitas konten, interaksi, kepercayaan, dampak terhadap minat pendaftar, citra lembaga, dan efektivitas umum. Penggunaan indikator tersebut memberikan gambaran bahwa efektivitas media sosial perlu dilihat secara menyeluruh, bukan hanya berdasarkan aktivitas publikasi, tetapi juga berdasarkan kualitas informasi dan respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Secara teoretis, penelitian ini menambah bahan kajian mengenai keterkaitan antara pengelolaan informasi digital dan pembentukan citra lembaga pendidikan Islam. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa Facebook dapat berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan identitas, program, dan aktivitas pesantren kepada masyarakat. Hasil ini dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang membahas manajemen informasi, komunikasi kelembagaan, dan pemanfaatan media sosial dalam lingkungan pendidikan Islam.

Secara metodologis, penelitian ini memberikan gambaran penerapan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengukur tingkat efektivitas pemanfaatan Facebook berdasarkan penilaian responden. Hasil pengukuran melalui beberapa indikator menghasilkan gambaran mengenai aspek yang telah dinilai efektif sekaligus aspek yang masih memerlukan peningkatan. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam

pengembangan instrumen atau rancangan penelitian selanjutnya yang mengkaji efektivitas media sosial pada lembaga pendidikan.

Secara praktis, hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh Pondok Pesantren Baiturridwan sebagai bahan evaluasi dalam mengelola akun Facebook. Penilaian responden yang menunjukkan kategori efektif dapat menjadi dasar untuk mempertahankan pemanfaatan Facebook sebagai media penyampaian informasi. Sementara itu, nilai indikator kepercayaan yang relatif paling rendah, yaitu 3,68, dapat menjadi perhatian dalam meningkatkan keakuratan, konsistensi, dan keterpercayaan informasi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pondok pesantren lain dalam menyusun strategi komunikasi dan pengelolaan informasi melalui media sosial sesuai dengan kebutuhan lembaga dan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai efektivitas pemanfaatan media sosial dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam melalui cakupan objek penelitian yang lebih luas. Penelitian tidak hanya dilakukan pada satu pondok pesantren, tetapi dapat melibatkan beberapa lembaga pendidikan Islam dengan karakteristik yang berbeda. Perluasan objek tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih beragam mengenai strategi pengelolaan informasi digital dan penerapannya dalam membangun citra lembaga.

Penelitian berikutnya juga disarankan menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk melengkapi hasil pengukuran kuantitatif. Wawancara dengan pengelola akun media sosial, pimpinan pesantren, orang tua, calon santri, dan masyarakat dapat digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman mereka dalam memperoleh, memahami, serta menilai informasi yang dipublikasikan melalui Facebook. Pendekatan tersebut dapat membantu menjelaskan alasan suatu indikator memperoleh penilaian lebih tinggi atau lebih rendah, terutama pada aspek kepercayaan dan dampak terhadap minat pendaftar. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji efektivitas Facebook dengan membandingkannya dengan platform media sosial lain, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Perbandingan tersebut dapat diarahkan untuk mengetahui karakteristik konten, pola interaksi, jangkauan informasi, serta respons masyarakat pada setiap platform. Penelitian lanjutan juga dapat mengamati pengelolaan akun dalam periode tertentu sehingga perkembangan aktivitas publikasi dan respons masyarakat dapat dianalisis secara lebih terarah.

Penelitian berikutnya juga perlu mengkaji faktor-faktor yang berkaitan dengan perubahan jumlah pendaftar secara lebih mendalam. Data jumlah pendaftar MTsS dan SMA dalam penelitian ini menunjukkan adanya fluktuasi dan penurunan pada beberapa tahun terakhir, tetapi belum menjelaskan faktor yang melatarbelakanginya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggabungkan data pendaftaran dengan informasi mengenai strategi promosi, kualitas pelayanan pendidikan, program unggulan, kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan pertimbangan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan. Dengan demikian, kontribusi media sosial terhadap minat pendaftaran dapat dianalisis secara lebih komprehensif tanpa mengabaikan faktor-faktor lain. Pada akhirnya, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam kajian mengenai hubungan antara manajemen informasi digital, kepercayaan masyarakat, minat pendaftar, dan citra lembaga pendidikan Islam. Pengembangan kajian tersebut penting agar pemanfaatan media sosial tidak hanya berorientasi pada peningkatan aktivitas publikasi, tetapi juga diarahkan pada penyampaian informasi yang berkualitas, komunikasi yang bertanggung jawab, dan penguatan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, L. B., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Digital institutional branding on the social media accounts of MTA Islamic Boarding School Instagram. In *Proceedings of the 7th International Conference on Social and Political Sciences (ICoSaPS 2022)* (pp. 330–338). Atlantis Press. https://www.atlantis-press.com/proceedings/icosaps-22/125983343

Al Anang, A., Husein, A., & Rasyad, A. (2020). Pendidikan Agama sebagai Branding di Media Sosial. *Jurnal Humanitas: Katalisator Perubahan dan Inovator Pendidikan, 6*(2), 99–108. https://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/jhm/article/view/3273

Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.

Capriotti, P., Martínez-Gras, R., & Zeler, I. (2023). Does universities' posting strategy influence their social media engagement? An analysis of the top-ranked higher education institutions in different countries. *Higher Education Quarterly, 77*(4), 911–931. https://doi.org/10.1111/hequ.12439

Capriotti, P., & Zeler, I. (2023). Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities and Social Sciences Communications, 10*, Article 656.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/research-design-5-255675

Crick, J. M. (2024). Analyzing survey data in marketing research: A guide for academics and postgraduate students. *Journal of Strategic Marketing, 32*(2), 203–215.

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R².* Guepedia.

DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications* (5th ed.). SAGE Publications. https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/scale-development-5-269114

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management, 59*, Article 102168.

Eriani, Y., Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social media branding strategies that strengthen school image among stakeholders: Strategi Branding Media Sosial yang Membangun Citra Positif Sekolah. *Academia Open, 10*(1). https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/10953

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Fairuziah, I., Risdayah, E., & Cholidah, L. I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Membentukan Citra Lembaga Pendidikan Taulebih. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, 9*(2), 207–228. https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/view/37364

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). SAGE Publications.

George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS Statistics 26 step by step: A simple guide and reference* (16th ed.). Routledge.

Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of business research methods* (4th ed.). Routledge.

Hidayat, A., Alifah, N., & Rodiansjah, A. A. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Menggunakan Platform Media Sosial. *Cakrawala Repositori IMWI, 7*(4), 1228–1239. https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/713

Indriani, I., & Syamsudin. (2023). Manajemen Public Relation dan Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Citra Lembaga. *Indonesian Journal of Educational Management and Leadership, 1*(1), 106–117. https://doi.org/10.51214/ijemal.v1i1.531

Kemp, S. (2025, February 25). *Digital 2025: Indonesia.* DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Lieyani, Y., Natalia, L., & Setiyadi, B. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 25*(1), 695–700. https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5191

Lim, W. M. (2025). What is quantitative research? An overview and guidelines. *Australasian Marketing Journal, 33*(3), 325–348. https://doi.org/10.1177/14413582241264622

Maresova, P., Hruska, J., & Kuca, K. (2020). Social media university branding. *Education Sciences, 10*(3), Article 74.

Maskur, M., Aziz, A., Umam, K., & Masduki, A. (2023). Facebook sebagai Media Promosi Masjid Berbentuk Ka'bah Ponpes Darussalam Puncak Barurejo Siliragung Banyuwangi. *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 3*(1). https://ejournal.uimsya.ac.id/index.php/JDARISCOMB/article/view/1990

Oktaviani, R., Sudiar, N., & Latiar, H. (2022). Pemetaan Postingan Facebook sebagai Media Promosi Perpustakaan Provinsi di Indonesia. *Libraria: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan*

Informasi, 11(1), 33–44. https://libraria.fppti-jateng.or.id/index.php/lib/article/view/191

Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. T. V. (2023). The impact of social media marketing and brand credibility on higher education institutes' brand equity in emerging countries. *Journal of Marketing Communications, 29*(8), 770–795.

Pritama, A. D., & Aziz, I. R. (2021). Pelatihan Beriklan di Facebook (FB Ads) di Pondok Modern Az Zahra Al Gontory sebagai Media Promosi. *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4*(1). https://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/30980

Ramadhani, K., & Setyowati, E. (2023). Management of social media as a branding tool by the Madrasah Aliyah editorial team. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan, 9*(2), 179–188. https://ftk.uinbanten.ac.id/journals/index.php/tarbawi/article/view/8036

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), 1–9. https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/PS2PM/article/view/3344

Sagynbekova, S., Ince, E., Ogunmokun, O. A., Olaoke, R. O., & Ukeje, U. E. (2021). Social media communication and higher education brand equity: The mediating role of eWOM. *Journal of Public Affairs, 21*(1), Article e2112. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.2112

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson.

Taherdoost, H. (2016). Validity and reliability of the research instrument; how to test the validation of a questionnaire/survey in a research. *International Journal of Academic Research in Management, 5*(3), 28–36.

Wahyunto, M., Hidayati, D., & Sukirman, S. (2024). Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *Academy of Education Journal, 15*(2), 1260–1271. https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/fkip/article/view/2419