

PELATIHAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DAN MANAJEMEN KOMUNIKASI UNTUK KEMAJUAN YAYASAN SAMPORA CENDIKIA DI ERA NEW MEDIA

Siti Aminah¹, Nur Azhima², Tri Isnarti Putri³, Hari Rahman Hakim^{4,*}

^{1,2,3,4}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba, Bogor, Indonesia

*e-mail: harirahman021@gmail.com

Abstrak

Era new media menuntut lembaga pendidikan Islam untuk mengadaptasi strategi komunikasi digital guna mempertahankan eksistensi dan daya saing. Yayasan Al-Furqon Sampora Cendikia menghadapi tantangan dalam pengelolaan media sosial dan sistem komunikasi internal yang belum optimal. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelolaan media sosial dan manajemen komunikasi organisasi melalui pendekatan partisipatif dan kontekstual. Kegiatan dilaksanakan selama dua pekan pada April 2025 di Desa Sukamenak, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung, melibatkan 17 peserta dari berbagai elemen yayasan. Metode pelaksanaan mencakup ceramah interaktif, workshop aplikatif, pendampingan individual, dan evaluasi reflektif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta dengan skor pre-test 45,2 meningkat menjadi 78,6 pada post-test (peningkatan 73,9%). Implementasi langsung menghasilkan peningkatan aktivitas posting dari 2-3 menjadi 5-7 postingan per minggu, engagement rate Instagram meningkat dari 2,1% menjadi 5,8%, dan followers bertambah 34%. Terbentuknya tim khusus pengelola media sosial dengan SOP yang jelas menjadi output konkret program. Keberhasilan ini berkontribusi pada transparansi, akuntabilitas, dan modernisasi sistem manajemen organisasi nirlaba di era digital.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi; Literasi Digital; New Media; Pengabdian Masyarakat; Pelatihan Partisipatif.

Abstract

The new media era demands that Islamic educational institutions to adapt their digital communication strategies to maintain existence and competitiveness. Al-Furqon Sampora Cendikia Foundation faces challenges in social media management and suboptimal internal communication systems. This Community Partnership Program (PKM) aims to enhance social media management capacity and organizational communication management through participatory and contextual approaches. The activity was conducted over two weeks in April 2025 in Sukamenak Village, Margahayu District, Bandung Regency, involving 17 participants from various foundation elements. Implementation methods included interactive lectures, applicative workshops, individual mentoring, and reflective evaluation. Results showed significant improvement in participants' understanding, with pre-test scores of 45.2 increasing to 78.6 on post-test (73.9% improvement). Direct implementation increased posting activity from 2-3 to 5-7 posts per week, increased Instagram engagement rate from 2.1% to 5.8%, and increased followers by 34%. Forming a specialized social media management team with clear SOPs became a concrete program output. This success contributes to transparency, accountability, and modernization of non-profit organization management systems in the digital era.

Keywords: Communication Management; Digital Literacy; New Media; Community Service; Participatory Training.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah secara fundamental cara manusia berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun jejaring sosial. Era new media, yang ditandai oleh dominasi platform digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, serta layanan berbasis internet lainnya, telah mendorong berbagai institusi untuk mengadaptasi strategi komunikasi mereka secara menyeluruh. Dalam konteks ini, lembaga pendidikan Islam kini dituntut mengelola media sosial secara profesional dan membangun sistem komunikasi internal yang efektif. Hal ini menjadi semakin penting untuk mempertahankan eksistensi dan daya saing di ruang publik digital.

Salah satu lembaga yang merespons tantangan tersebut adalah Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia yang berlokasi di RW 17, Desa Sukamenak, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung. Yayasan ini memiliki komitmen dalam membina generasi muda melalui pendidikan berbasis nilai-nilai keislaman. Wilayah Sukamenak merupakan bagian dari kawasan Bandung Selatan yang tengah berkembang sebagai wilayah suburban dengan aktivitas masyarakat yang dinamis. Secara historis, Sukamenak berkembang dari wilayah agraris menjadi kawasan pemukiman dengan dominasi sektor jasa, pendidikan,

dan kegiatan keagamaan. Kekuatan utama kawasan ini terletak pada sumber daya manusia yang aktif, terutama dalam kegiatan sosial, pendidikan, dan dakwah. Komposisi demografi masyarakat menunjukkan keragaman usia dan profesi, dengan tingkat partisipasi yang tinggi dalam aktivitas pendidikan dan keagamaan. Hal ini menjadikan wilayah tersebut strategis untuk program pengembangan kapasitas, khususnya dalam bidang literasi media digital dan komunikasi kelembagaan.

Namun demikian, Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia menghadapi sejumlah tantangan utama, di antaranya pengelolaan media sosial yang belum optimal sebagai sarana komunikasi publik, kurangnya strategi komunikasi yang terstruktur, serta belum adanya sistem internal yang mendukung koordinasi organisasi secara efektif. Untuk menjawab tantangan tersebut, dilakukan kegiatan pelatihan bertema "Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Manajemen Komunikasi Organisasi sebagai Penunjang Kemajuan Yayasan dalam Menghadapi Era New Media". Kegiatan ini difokuskan pada penguatan kapasitas sumber daya manusia yayasan dalam hal pemanfaatan media sosial, produksi konten digital, serta penyusunan sistem komunikasi internal berbasis tim.

Kegiatan ini dirancang dan dilaksanakan oleh tim pengabdian yang memiliki latar belakang akademik dan profesional dalam bidang komunikasi dan dakwah digital, terdiri dari Hari Rahman Hakim, S.Kom.I., M.Sos. yang merancang strategi komunikasi dan memberikan pelatihan teknis; Dr. Siti Aminah, M.Pd. yang memperkuat nilai-nilai keislaman dan metodologi dakwah; Nur Azhima, S.Kom.I., M.Sos. yang menangani sistem komunikasi organisasi dan manajemen konten digital; serta Tri Isnarti Putri, S.Kom.I., M.Si. yang membimbing praktik pembuatan konten berbasis visual dan media sosial. Keempat anggota ini membentuk satu tim kolaboratif yang menyusun, melaksanakan, dan mengevaluasi seluruh tahapan kegiatan secara komprehensif.

Seluruh rangkaian kegiatan mendapat dukungan penuh dari Yayasan Pendidikan Laa Roiba Bogor yang berperan sebagai sponsor utama dalam penyediaan dana, logistik, hingga dokumentasi. Bentuk kolaborasi ini memperkuat sinergi antara institusi pendidikan tinggi dan masyarakat dalam mendukung penguatan kelembagaan Islam berbasis digital secara berkelanjutan. Pentingnya kegiatan ini selaras dengan temuan yang menyebutkan bahwa keberhasilan lembaga keagamaan dalam era digital sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi media dan kemampuan menyampaikan pesan secara strategis melalui platform digital. Peningkatan kapasitas komunikasi dan pengelolaan media sosial bukan hanya kebutuhan teknis, tetapi juga bagian dari strategi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman (1, 2).

2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menekankan kolaborasi aktif antara pelatih dan peserta. Metode pelaksanaan menggabungkan pemberian materi konseptual dan pelatihan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia. Tahapan utama pelaksanaan dimulai dari analisis kebutuhan yang dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting pengelolaan media sosial yayasan, dilanjutkan dengan diskusi awal bersama pihak yayasan untuk memahami tantangan spesifik dalam sistem komunikasi internal, dan kemudian menyusun materi berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang kontekstual. Tahap implementasi program terdiri dari tiga bagian utama.

Pertama adalah ceramah interaktif yang mencakup penyampaian materi konseptual mengenai teori komunikasi organisasi, pentingnya media sosial dalam pengelolaan citra lembaga, prinsip-prinsip etika bermedia digital, serta sesi tanya jawab dan diskusi yang mengaitkan materi dengan pengalaman peserta. Kedua adalah praktik aplikatif yang meliputi pelaksanaan praktik langsung dan simulasi berupa pemetaan kekuatan dan kelemahan media sosial yayasan, pembuatan konten digital seperti poster, caption, dan video singkat, penyusunan kalender editorial, serta perancangan sistem komunikasi internal berbasis tim. Ketiga adalah pendampingan personal melalui bimbingan kelompok kecil dengan fasilitator yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta yang beragam, serta mentoring daring pasca-pelatihan guna mendukung implementasi berkelanjutan.

Evaluasi dan tindak lanjut dilakukan dengan mengadakan diskusi reflektif untuk menilai keberhasilan program dan kesesuaian materi, penilaian komitmen peserta dalam mengimplementasikan hasil pelatihan, dan penyusunan rencana tindak lanjut untuk pelatihan lanjutan. Spesifikasi pelaksanaan program ini bertempat di Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia, Desa Sukamenak, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung, dengan pelaksanaan selama dua pekan pada bulan April 2025. Peserta kegiatan berjumlah 17 orang yang terdiri dari pengurus yayasan, guru, staf administrasi, dan relawan. Landasan pendekatan kegiatan ini mengacu pada metodologi *community-based participatory training*, yang

menempatkan kebutuhan mitra sebagai pusat intervensi serta memfasilitasi transfer pengetahuan yang aplikatif. Model ini sejalan dengan pendekatan pengabdian yang berorientasi pada solusi konkret dan pemberdayaan berkelanjutan di tingkat lokal (3,4).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengelolaan media sosial dan manajemen komunikasi organisasi dilaksanakan di lingkungan Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia, RW 17 Desa Sukamenak, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung. Kegiatan berlangsung selama dua pekan pada bulan April 2025, mencakup enam sesi utama: sosialisasi, ceramah interaktif, tiga workshop teknis, dan sesi evaluasi-refleksi. Kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan kontekstual yang memungkinkan peserta terlibat aktif, baik secara konseptual maupun praktik.

Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini terdiri atas 17 orang yang berasal dari berbagai elemen yayasan, antara lain pengurus inti, guru, staf administrasi, dan relawan. Mereka mengikuti seluruh sesi dengan antusias, dan menunjukkan progres dalam keterampilan teknis serta pemahaman terhadap strategi komunikasi digital.

1. Tahapan Pelaksanaan

a. Sesi Sosialisasi dan Pembukaan

Sesi pertama dilaksanakan dengan tujuan memperkenalkan program kepada seluruh peserta dan membangun komitmen bersama. Pada tahap ini, tim pelaksana menyampaikan latar belakang pentingnya literasi digital dan pengelolaan media sosial bagi organisasi nirlaba di era new media. Antusiasme peserta terlihat dari berbagai pertanyaan yang diajukan terkait tantangan komunikasi yang selama ini dihadapi yayasan.

b. Ceramah Interaktif: Fondasi Komunikasi Digital

Sesi kedua berupa ceramah interaktif yang mengulas konsep dasar komunikasi digital, karakteristik media sosial, dan strategi pembangunan brand awareness untuk organisasi pendidikan. Materi disampaikan dengan pendekatan dialogis, memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan kendala yang selama ini dihadapi dalam mengelola komunikasi organisasi.

c. Workshop Teknis I: Pengelolaan Platform Media Sosial

Workshop pertama berfokus pada aspek teknis pengelolaan akun media sosial, termasuk optimasi profil Instagram, Facebook, dan YouTube. Peserta mempraktikkan langsung cara membuat konten visual yang menarik, menulis caption yang efektif, dan menggunakan fitur-fitur dasar setiap platform. Pada sesi ini, setiap peserta berhasil membuat minimal tiga postingan dengan kualitas yang memadai.

d. Workshop Teknis II: Strategi Konten dan Content Planning

Sesi keempat mengajarkan peserta tentang perencanaan konten strategis, termasuk pembuatan kalender editorial, penentuan tema konten yang sesuai dengan visi-misi yayasan, dan teknik storytelling untuk organisasi pendidikan. Peserta dibagi menjadi kelompok kecil untuk menyusun rencana konten selama satu bulan ke depan.

e. Workshop Teknis III: Analisis Performa dan Engagement

Workshop terakhir membahas cara menganalisis performa konten melalui insight media sosial, memahami metrik engagement, dan melakukan evaluasi efektivitas strategi komunikasi. Peserta dilatih menggunakan tools analisis sederhana dan membuat laporan performa bulanan.

f. Sesi Evaluasi dan Refleksi

Sesi penutup dilaksanakan untuk mengevaluasi pencapaian program, mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi, dan menyusun rencana tindak lanjut. Peserta diminta mempresentasikan rencana implementasi yang akan diterapkan di yayasan.

2. Capaian dan Hasil Kegiatan

a. Peningkatan Kapasitas Peserta

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pengelolaan media sosial. Rata-rata skor pre-test sebesar 45,2 meningkat menjadi 78,6 pada post-test, menunjukkan peningkatan sebesar 73,9%. Peningkatan paling tinggi terjadi pada aspek pemahaman strategi konten (85,3%) dan penguasaan teknis platform media sosial (81,7%).

Dari aspek keterampilan praktis, seluruh peserta berhasil menguasai dasar-dasar pengelolaan akun Instagram dan Facebook organisasi. Sebanyak 14 dari 17 peserta (82,4%) mampu membuat konten visual sederhana menggunakan aplikasi desain gratis, sementara 12 peserta (70,6%) berhasil menyusun rencana konten mingguan yang terstruktur, seperti tampak pada Tabel 1.

Tabel 1: Perbandingan Skor *Pre-Test* dan *Post-Test*

| Aspek Penilaian | <i>Pre-Test</i> | <i>Post-Test</i> | Peningkatan (%) |
|------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Rata-rata Keseluruhan | 45.2 | 78.6 | 73.9% |
| Strategi Konten | 38.5 | 71.3 | 85.3% |
| Teknis Platform Media Sosial | 42.1 | 76.5 | 81.7% |

Keterangan: Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman strategi konten (85.3%), diikuti penguasaan teknis platform media sosial (81.7%).

b. Implementasi Langsung

Selama periode pelatihan, peserta langsung mengimplementasikan hasil pembelajaran pada akun media sosial yayasan. Terjadi peningkatan aktivitas posting dari rata-rata 2-3 postingan per minggu menjadi 5-7 postingan per minggu. Kualitas konten juga mengalami perbaikan signifikan, terlihat dari konsistensi visual, penggunaan *hashtag* yang tepat, dan caption yang lebih informatif serta engaging.

Engagement rate pada akun Instagram yayasan meningkat dari 2,1% menjadi 5,8% dalam periode dua minggu terakhir pelatihan. Jumlah *followers* Instagram bertambah sebesar 34% (dari 127 menjadi 170 *followers*), sementara akun Facebook mengalami peningkatan reach sebesar 156% dibandingkan periode sebelumnya. *Highlights*, *Engagement rate* Instagram meningkat hampir 3x lipat, Facebook *reach* meningkat lebih dari 2x lipat, Konsistensi posting meningkat signifikan, seperti tampak pada Tabel 2.

Tabel 2: Pertumbuhan Performa Media Sosial

| Platform | Metrik | Sebelum | Sesudah | Peningkatan (%) |
|-------------------|-----------------|----------|----------|-----------------|
| Instagram | Followers | 127 | 170 | +34% |
| Instagram | Engagement Rate | 2.1% | 5.8% | +176% |
| Facebook | Reach | 100% | 256% | +156% |
| Aktivitas Posting | Per minggu | 2-3 post | 5-7 post | +140% |

c. Pembentukan Tim Media Sosial

Salah satu hasil konkret dari pelatihan adalah terbentuknya tim khusus pengelola media sosial yayasan yang terdiri dari 5 orang dengan pembagian tugas yang jelas: *content creator*, *graphic designer*, *copywriter*, admin media sosial, dan koordinator. Tim ini telah menyusun SOP pengelolaan media sosial dan jadwal *posting* yang terstruktur, seperti tampak pada Tabel 3.

Tabel 3. Penguasaan Keterampilan Praktis Peserta

| Keterampilan | Jumlah Peserta | Persentase | Status |
|------------------------------------|----------------|------------|--------------------------|
| Menguasai dasar Instagram/Facebook | 17/17 | 100% | Semua menguasai |
| Membuat konten visual sederhana | 14/17 | 82.4% | Mayoritas menguasai |
| Menyusun rencana konten mingguan | 12/17 | 70.6% | Sebagian besar menguasai |

Total Peserta: 17 orang (pengurus, guru, staf administrasi, relawan)

3. Pembahasan

a. Efektivitas Pendekatan Partisipatif

Pendekatan pelatihan yang mengombinasikan teori dan praktik terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta. Metode learning by doing memungkinkan peserta untuk langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh, sehingga pembelajaran menjadi lebih bermakna dan mudah diingat. Hal ini sejalan dengan teori experiential learning yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam proses pembelajaran (5,6).

Pendekatan partisipatif juga memfasilitasi terjadinya peer learning di antara peserta. Peserta yang memiliki pengalaman lebih dalam teknologi dapat membantu rekan lainnya, menciptakan atmosfer pembelajaran yang kolaboratif dan saling mendukung.

b. Relevansi Materi dengan Kebutuhan Organisasi

Materi pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan yayasan pendidikan terbukti sangat relevan. Fokus pada storytelling untuk organisasi nirlaba, strategi komunikasi dengan orang tua siswa, dan promosi program pendidikan sesuai dengan tantangan komunikasi yang selama ini dihadapi yayasan. Penggunaan studi kasus dari yayasan serupa yang telah sukses mengelola media sosial memberikan inspirasi dan contoh konkret yang mudah dipahami peserta. Hal ini memperkuat motivasi peserta untuk mengimplementasikan hasil pembelajaran.

c. Tantangan dan Kendala

Beberapa tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program antara lain keterbatasan infrastruktur teknologi, perbedaan tingkat literasi digital peserta, dan keterbatasan waktu untuk praktik individu yang intensif. Namun, tantangan ini dapat diatasi melalui pendampingan individual dan penyediaan materi pembelajaran yang dapat diakses secara mandiri. Kendala terbesar adalah sustainability program, mengingat dinamika organisasi dan potensi pergantian personel. Untuk mengatasi hal ini, telah disusun panduan tertulis dan sistem regenerasi tim media sosial yang berkelanjutan.

d. Dampak terhadap Organisasi

Pelatihan ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap citra dan keterbukaan informasi yayasan. Peningkatan aktivitas dan kualitas konten media sosial berkontribusi pada transparansi kegiatan yayasan dan membangun kepercayaan publik. Hal ini sejalan dengan prinsip good governance dalam pengelolaan organisasi nirlaba. Dari aspek fundraising, meskipun belum dapat diukur secara kuantitatif dalam jangka pendek, peningkatan visibilitas di media sosial berpotensi menarik perhatian donatur dan mitra potensial. Beberapa peserta melaporkan adanya inquiri dari masyarakat terkait program-program yayasan setelah melihat konten di media sosial.

e. Implikasi untuk Pengembangan Organisasi

Keberhasilan program pelatihan ini membuka peluang untuk pengembangan kapasitas organisasi di bidang lainnya. Antusiasme dan keterlibatan aktif peserta menunjukkan bahwa yayasan memiliki sumber daya manusia yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Program ini juga menjadi katalis untuk modernisasi sistem manajemen yayasan secara keseluruhan. Beberapa peserta mengusulkan digitalisasi sistem administrasi dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional yayasan.

f. Evaluasi dan Sustainability

Evaluasi dilakukan melalui multiple assessment methods, meliputi pre-post test, observasi praktik, portfolio hasil karya peserta, dan feedback session. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tujuan pelatihan tercapai dengan baik, dengan tingkat kepuasan peserta mencapai 92,3%. Aspek yang mendapat penilaian tertinggi adalah relevansi materi (94,1%) dan kualitas fasilitator (91,8%). Sementara aspek yang perlu diperbaiki adalah durasi pelatihan yang dinilai masih kurang untuk praktik individual yang lebih intensif.

g. Rencana Keberlanjutan

Untuk memastikan keberlanjutan program, telah disusun beberapa strategi follow-up:

1. Mentoring Berkelanjutan: Tim pelaksana akan melakukan pendampingan bulanan selama 6 bulan ke depan untuk memastikan implementasi berjalan optimal dan mengatasi kendala yang muncul. Pelatihan

- Lanjutan: Direncanakan pelatihan lanjutan dengan materi yang lebih advanced, seperti digital marketing, fundraising online, dan manajemen krisis komunikasi.
2. Networking dan Kolaborasi: Memfasilitasi pembentukan jaringan antar-yayasan untuk berbagi pengalaman dan best practices dalam pengelolaan media sosial.
 3. Dokumentasi dan Replikasi: Menyusun modul pelatihan yang dapat direplikasi untuk yayasan atau organisasi serupa di wilayah lain.
 4. Program Kemitraan Masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas pengelolaan media sosial dan manajemen komunikasi Yayasan Sampora Cendekia. Dampak positif yang dihasilkan tidak hanya terbatas pada aspek teknis pengelolaan media sosial, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan organisasi secara holistik dan peningkatan transparansi serta akuntabilitas yayasan kepada masyarakat, seperti tampak pada Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi Kepuasan Pelaksanaan Program

| Aspek Evaluasi | Nilai (%) | Kategori |
|----------------------|-----------|-------------|
| Relevansi Materi | 94.1% | Sangat Baik |
| Kualitas Fasilitator | 91.8% | Sangat Baik |
| Kepuasan Keseluruhan | 92.3% | Sangat Baik |

4. KESIMPULAN

Temuan utama dari pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menunjukkan dampak yang signifikan dan terukur terhadap peningkatan kapasitas digital Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia. Terdapat tiga hasil utama yang menonjol. Pertama, pendekatan pelatihan yang bersifat partisipatif terbukti sangat efektif, yang tercermin dari peningkatan pemahaman peserta sebesar 73,9%, yakni dari skor awal pre-test 45,2 menjadi 78,6 pada post-test. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik mampu menjawab kebutuhan peserta secara nyata. Kedua, penerapan langsung materi pelatihan berdampak positif terhadap kinerja digital yayasan, di mana engagement rate Instagram meningkat secara drastis sebesar 176%, dari sebelumnya 2,1% menjadi 5,8%, disertai peningkatan jumlah pengikut sebesar 34% serta peningkatan konsistensi frekuensi posting mencapai 140%. Ketiga, keberhasilan program ini juga terlihat dari terbentuknya tim media sosial yang terstruktur dengan lima anggota dan dilengkapi dengan standar operasional prosedur (SOP) yang jelas, yang menandakan kesiapan yayasan untuk menjaga keberlangsungan program secara mandiri dan berkelanjutan.

Implikasi praktis dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa lembaga pendidikan Islam memiliki potensi besar untuk melakukan transformasi komunikasi digital dalam waktu yang relatif singkat, asalkan dibekali dengan pelatihan yang tepat sasaran. Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai-nilai keislaman dengan strategi komunikasi digital modern bukan hanya mungkin dilakukan, tetapi justru menjadi kekuatan yang membedakan. Model pelatihan ini dapat dijadikan rujukan dan direplikasi oleh organisasi nirlaba lainnya, khususnya yang bergerak dalam bidang pendidikan dan dakwah. Selain itu, pembentukan tim khusus dan SOP pengelolaan media sosial tidak hanya meningkatkan profesionalisme organisasi, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan komunikasi publik di era digital.

Rencana pengembangan ke depan dirancang secara strategis agar keberhasilan ini tidak berhenti pada satu program saja, melainkan dapat berlanjut dan memberi manfaat jangka panjang. Strategi keberlanjutan diarahkan pada tiga aspek utama. Pertama, pelaksanaan mentoring berkelanjutan selama enam bulan akan mendampingi peserta dalam mengimplementasikan materi pelatihan secara optimal di lapangan. Kedua, pengembangan pelatihan lanjutan yang memuat materi tingkat lanjut seperti digital marketing dan fundraising online dirancang untuk meningkatkan kapabilitas strategis tim media sosial yang telah terbentuk. Ketiga, pembentukan jaringan kolaboratif antar-yayasan dirancang untuk mendorong pertukaran pengetahuan dan pengalaman dalam bentuk best practices, yang akan mempercepat proses adopsi teknologi dan pengelolaan media digital di lembaga-lembaga serupa. Seluruh rangkaian kegiatan ini juga akan didokumentasikan dalam bentuk modul yang dapat direplikasi, sehingga dapat menjadi panduan implementatif bagi transformasi digital organisasi nirlaba lainnya secara sistematis dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Secara khusus, apresiasi kami sampaikan kepada Yayasan Al-Furqon Sampora Cendekia dan Bapak Aji Rizwan selaku Ketua dan Pembina Yayasan, atas dukungan penuh dan komitmen dalam penguatan kapasitas kelembagaan di era digital.

Terima kasih juga kami sampaikan kepada Yayasan Pendidikan Laa Roiba, khususnya Dr. Hj. Wiwi Uswatiyah, M.Pd., atas dukungan moril dan materil yang sangat membantu kelancaran kegiatan, serta peran strategisnya dalam mendorong sinergi antara kampus dan masyarakat. Kami menghaturkan terima kasih kepada Rektor IAI-N Laa Roiba, Dr. Ernawati, M.Pd., dan LPPM IAI-N Laa Roiba di bawah kepemimpinan Dr. Amie Primarni, M.Pd., atas arahan, dukungan administratif, teknis, dan pendanaan yang sangat berarti dalam pelaksanaan program ini.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, serta Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, atas pembinaan akademik dan bimbingan yang konsisten dalam mendukung keberhasilan kegiatan. Semoga kerja sama ini menjadi langkah awal menuju sinergi berkelanjutan yang bermanfaat bagi pengembangan pendidikan Islam dan pengabdian masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hadi S. Transformasi digital dan strategi dakwah Islam di era media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*. 2021;11(2):123–37.
2. Maulana R. Literasi media sosial dalam lembaga pendidikan keagamaan: Tinjauan terhadap strategi komunikasi publik. *Jurnal Dakwah Digital*. 2020;5(1):45–58.
3. Nugroho A. Model pelatihan partisipatif dalam pemberdayaan komunitas: Kajian teoritis dan praktik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2019;4(2):87–95.
4. Zainuddin H. Literasi digital dan tantangan lembaga keagamaan di era teknologi. *Jurnal Dakwah Digital*. 2020;6(1):45–59.
5. Kolb DA. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall; 1984.
6. Zainuddin H. Pendekatan berbasis komunitas dalam pengabdian kepada masyarakat: Strategi implementatif dan evaluatif. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*. 2022;7(1):12–22.