

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Akun Instagram @Nu-Care LAZISNU Kudus

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dirilis pada oktober 2010. Instagram digunakan untuk berbagi foto, konten maupun video kepada pengguna instagram lainnya dengan menambahkan caption, menambahkan audio, mengedit video maupun foto, penambahan lokasi dan masih banyak lagi. Melalui media sosial instagram, pengguna dapat mengekspresikan kepribadiannya untuk memenuhi kepuasan penggunaannya melalui foto atau video yang di upload.

Instagram saat ini tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga digunakan oleh instansi/lembaga.¹ Saat ini banyak lembaga yang menggunakan media sosial utamanya instagram untuk sekedar memperpendek jarak dengan audiens nya. Tidak hanya itu instagram juga digunakan untuk penyebaran informasi, dan membangun serta meningkatkan citra. Hal ini mempermudah masyarakat mencari informasi dan data tentang lembaga Karena mudah diakses kapan saja.

Dengan fitur-fitur yang terdapat pada instagram mempermudah untuk menjangkau khalayak atau penggunaannya. Salah satu lembaga yang menggunakan instagram sebagai media informasi adalah LAZISNU Kudus. LAZISNU sendiri merupakan lembaga amil zakat, infaq, dan sodaqoh Nadlatul Ulama. Dengan adanya media sosial utamanya instagram menjadi salah satu solusi bagi LAZISNU Kudus untuk menjangkau khalayak dengan lebih luas.

¹ Widodo Muktiyo, *Ragam Publik Relations dan Riset Virtual*, (Klaten: PT.NAS Media Indonesia, 2024), 179

Gambar 4.2 Profil Instagram @NU-Care LAZISNU



LAZISNU Kudus mempunyai akun instagram sendiri yang diberi nama @NU-Care LAZISNU dan dikelola langsung oleh Divisi Media. Akun instagram @NU-Care LAZISNU dibuat pada tahun 2020, dan saat ini telah diikuti oleh 1.631 pengikut dan 506 unggahan berupa foto dan video. LAZISNU Kudus juga melakukan inovasi pada media lain seperti Facebook, Website, Youtube, dan juga Tik-Tok dengan nama akun yang sama yaitu @NU-Care LAZISNU Kudus.

Sejak awal berdiri, akun @NU-Care LAZISNU Kudus sebagai wadah bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai kegiatan dan program yang dilakukan LAZISNU Kudus dan membuktikan bahwa apa yang sudah mereka amanahkan benar-benar tersalurkan sesuai dengan

yang mereka harapkan. Agar sosialisasi kegiatan dan program-program LAZISNU dapat dilihat oleh khalayak dibutuhkan pengelolaan media sosial instagram yang baik agar transparan dan tujuan dapat tercapai. Akun @NU-Care LAZISNU mempunyai pengikut yang lumayan banyak yaitu 1.631 pengikut, akan tetapi tingkat interaksi pengikut terhadap konten di akun tersebut terbilang rendah jika melihat unggahan-unggahannya.

2. Sejarah LAZISNU Kabupaten Kudus

Departemen NU yang bertugas menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqoh kepada mustahiknya adalah lembaga amil zakat, Infaq, Sadaqoh Nadhatul Ulama (LAZISNU). LAZISNU disertai tanggung jawab penanganan zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS), yaitu pengumpulan ZIS dan pendistribusiannya kepada pihak yang berhak (mustahik).²

Konferensi NU Cabang Kudus diselenggarakan oleh PC NU Kudus pada tanggal 8 Desember 2013. Pada saat itu, kepengurusan PC LAZISNU Kudus yang baru dibentuk berakhir, dan Sya'roni Suyanto diangkat sebagai ketua menggantikan Sholikin sebagai konsekuensi dari persiapan yang dilakukan menjelang kepengurusan PC LAZISNU yang baru. PC LAZISNU Kudus secara rutin menggalang dana untuk masyarakat kurang mampu dan anak yatim piatu di Kudus. Apalagi PC Kudus sudah memiliki surat keputusan dari PP LAZISNU. PC LAZISNU mulai aktif mengintegrasikan diri ke dalam komunitas pada bulan Desember.

SK kepengurusan PC LAZISNU Kudus yang dipimpin oleh Sya'roni Suyanto telah dilimpahkan dari pimpinan pusat Lazisnu pada bulan Juni 2014. Ketentuan inti dan keberadaan LAZISNU Kudus berbeda nyata. Alih-alih mengidentifikasi diri sebagai Amil, LAZISNU Kudus menampilkan diri sebagai Lembaga Amal. Hal itu dilakukan sesuai arahan Dewan Syariah dan Kyai, di mana Amil wajib memenuhi persyaratan tertentu, seperti menaati aturan dan mendapat izin dari Kyai NU Kudus. Selanjutnya namanya

² Dokumen LAZISNU Kudus, "Kita Wujudkan Lazisnu Kudus yang Profesional dan Terpercaya Untuk Memberdayakan Umat," 2015.

kembali diubah menjadi Lembaga Amil Zakat. Setelah dikeluarkannya keputusan tersebut, LAZISNU telah meningkatkan upayanya untuk melakukan reorganisasi organisasi, memperkuat jaringan, dan memutuskan tindakan atau proyek selanjutnya. PC LAZISNU mengawali langkah awal penyaluran dana perimbangan tahun 2013 untuk santunan anak yatim piatu kepada MWC di banyak kecamatan.

Bagi para pengurus LAZISNU Kudus, tahun 2015 merupakan tahun harapan dalam upaya mereka untuk menjadi organisasi yang dapat diandalkan dalam pengumpulan, distribusi, dan penggunaan dana zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS). LAZISNU menawarkan sejumlah program, antara lain NU-Smart, NU-Preneur, NU-Skill, dan NU_Care. Program-program ini secara progresif didorong melalui inisiatif-inisiatif yang selaras dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat.

3. Profil LAZISNU Kabupaten Kudus

LAZISNU Kudus berada di sekretariat: Kantor PC LAZISNU Kabupaten Kudus, Jl. Pramuka No. 21 Kudus 59319, Telp. (0291)4250011. Ber-SK KEP. MENAG RI No. 255/2016.

Presently, LAZISNU Kudus is concentrating on carrying out the directive provided by PC NU Kudus while adhering to the guidelines decided upon by the LAZISNU Kudus administration. An official decree has verified the creation of LAZISNU Kudus, which has managed zakat, infaq, and shodaqah. PP. LAZISNU SK/PP/LAZISNU/VI/2014 No. 02.³

LAZISNU Kudus dalam kepengurusannya menganut sistem Desentralisasi, yang mana artinya untuk kepengurusannya akan dibentuk pada tingkat kecamatan dan ranting meskipun hal tersebut bisa bersifat opsional. Sistem kerjanya tidak menganut sistem sentralisasi. Melainkan di tingkat kecamatan dan di tingkat ranting akan dibentuk kepengurusan tersendiri atau koordinator. Untuk sekarang ini, di tingkat kecamatan sudah sepenuhnya ada kepengurusan, tetapi pada tingkat ranting masih belum

³ Dokumen LAZISNU Kudus, 12.

sepenuhnya terbentuk kepengurusan.⁴ Berikut visi dan misi dari LAZISNU Kudus:

a. Visi LAZISNU Kudus

Visi dari LAZISNU Kudus adalah “bertekad menjadi lembaga pengelolaan dana masyarakat (zakat, infaq, sodaqoh, CSR, dan lainnya) yang didayagunakan secara amanah dan professional untuk kemandirian dan pemberdayaan umat”.

b. Misi LAZISNU Kudus

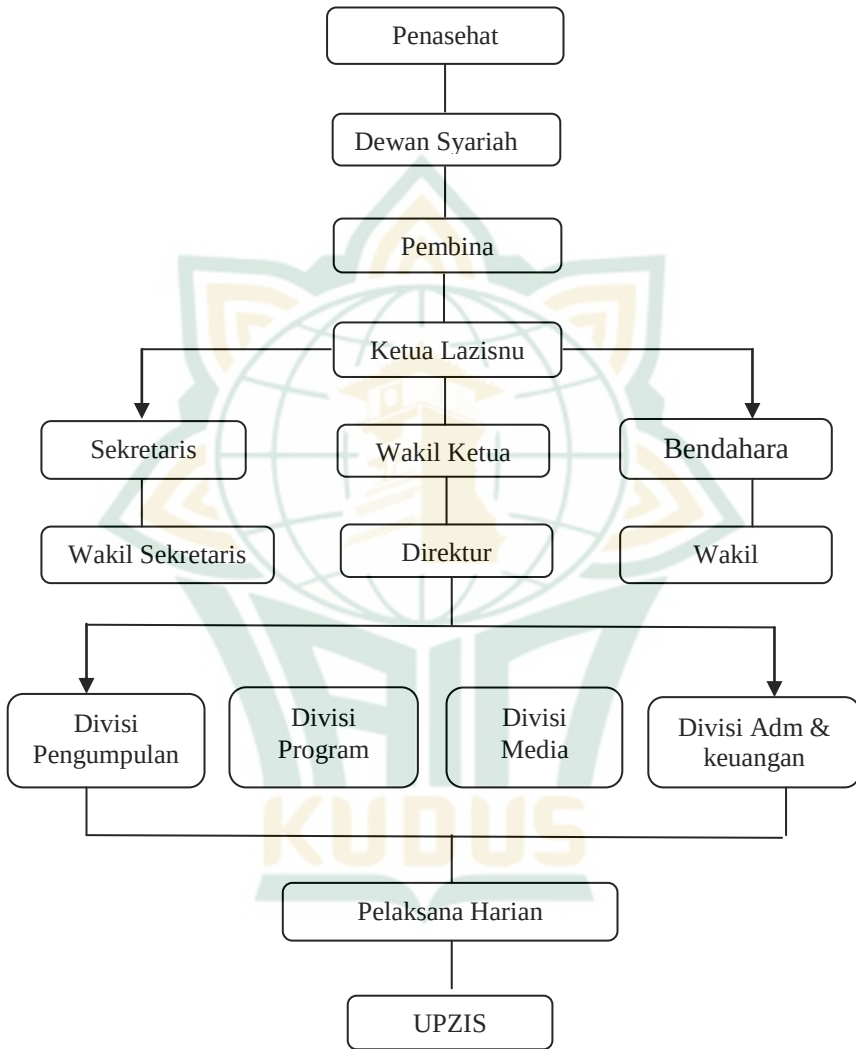
Misi LAZISNU Kudus yang pertama adalah mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan ZIS dengan rutin dan tepat sasaran. Mengumpulkan, menghimpun dan memberdayagunakan ddana ZIS secara professional, transparan, tepat guna dan tepat sasaran. Dan yang terakhir menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi masalah kemiskinan, pengangguran, dan minimnya akses pendidikan yang layak.⁵

⁴ Ihdi Fahmi Tamami, Wawancara oleh penulis, 15 Januari 2024.

⁵ Dokumen LAZISNU Kudus, “Kita Wujudkan Lazisnu Kudus yang Profesional dan Terpercaya Untuk Memberdayakan Umat,” 12.

4. Struktur Organisasi LAZISNU Kudus⁶

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



⁶ Dokumen LAZISNU Kudus, *Annual Report*, 2022, 3

5. Susunan Pengurus LAZISNU Kudus⁷

Penasehat

- 1) Drs. K.H Eem Najib Hasan
- 2) K.H Muhammad Hamdani, Lc. M.A

Dewan Syariah

- 1) K.H Arifin Fanani
- 2) K.H Hasan Fauzi

Pembina

- 1) Sya'roni Suyanto
- 2) H. Noor Aflah, M.A

Ketua : H. Ihdi Fahmi Tamami, S.T

Wakil Ketua : Sugiono Ismail

Direktur : H. Ihdi Tamami, S.T

Sekretaris : Noor Achmmadi, S.Kom

Wakil sekretaris : Umi Kulsum

Bendahara : H. asrofi

Wakil bendahara : H. Safrul Kamaludin

Divisi pengumpulan : H. Edi Purwanto

Divisi Program : H. Zakaria, M. Pd

Divisi administrasi dan Keuangan : Hj. Nor Hidayah

Divisi Media : M.Umar said, Alfian

Pelaksana harian : Arif Riyanto, Yunanda Lis, s.h

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Data Pengelolaan Media Sosial Instagram LAZISNU Kudus

LAZISNU Kabupaten Kudus ialah salah satu lembaga nirlaba yang memiliki tugas untuk mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan dana ZIS. Program zakat produktif merupakan salah satu program sebagai perwujudan dari tugas pendistribusian khususnya pada dana zakat, yang telah dijalankan oleh LAZISNU Kabupaten Kudus selama kurang lebih 4 tahun yang memiliki tujuan untuk mengangkat perekonomian mustahiqnya. Dalam proses menjalankan tugasnya LAZISNU Kudus ini telah memiliki SK dari kementrian agama sehingga telah memperoleh legalitas dalam menyalurkan zakat, infaq dan

⁷ Dokumen LAZISNU Kudus, "Kita Wujudkan Lazisnu Kudus yang Profesional dan Terpercaya Untuk Memberdayakan Umat," 14.

shodaqoh kepada masyarakat yang membutuhkan. Seperti yang disampaikan oleh Ihdi Fahmi Tamami selaku ketua LAZISNU Kudus:

“menurut Ketua LAZISNU Kudus, untuk menjalankan fungsinya LAZISNU kudus dibekali oleh SK kementerian agama yang didapatkan dari LAZISNU PP NU dan itu menjadi modal dalam menjalankan program-programnya dan diantara perangkat atau bagian yang ada di pengurusan LAZISNU adalah bagian media atau divisi media, divisi media ini sangat penting perannya karena untuk mesosialisasikan kegiatan-kegiatan program-program baik penghimpunan atau pentasarufan sebagai sebuah pertanggung jawaban LAZISNU kepada masyarakat bahwa amanah dari masyarakat berupa dana zakat infaq dan shadaqoh benar-benar terhimpun dan tertasarufkan atau disalurkan sesuai standar mutu yaitu modern akuntabil transparan amanah dan professional disingkat MANTAP. Oleh karena itu LAZISNU Kudus membuat media sosialnya dari akun di youtube, facebook, tiktok dan di instagram”.⁸

LAZISNU Kudus menggunakan media sosial Instagram dalam mensosialisasikan program-program yang telah disusun. Media sosial dipilih sebagai media untuk menyebarkan program-program LAZISNU ini karena media sosial memungkinkan untuk mencapai audiens yang luas dan beragam. Dengan memposting konten secara online, kita dapat menjangkau orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis tanpa terbatas oleh batasan fisik. Dalam proses pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus ini dilakukan melalui beberapa tahap.

a. Perumusan Tujuan

Titik tolak proses manajemen adalah menentukan *objectives* atau tujuan. *Objectives* direncanakan untuk memberikan arah dan maksud kepada suatu lembaga atau anggota-anggotanya. Sangat sulit memiliki manajemen yang berhasil tanpa adanya tujuan yang

⁸ Fahmi Tamami, Wawancara oleh penulis.

didefinisikan dengan baik. Tujuan tersebut haruslah didefinisikan dan diberitahukan sehingga tujuan tersebut dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan dan kegagalan. Seperti yang disampaikan oleh Zulfa selaku tim divisi media:

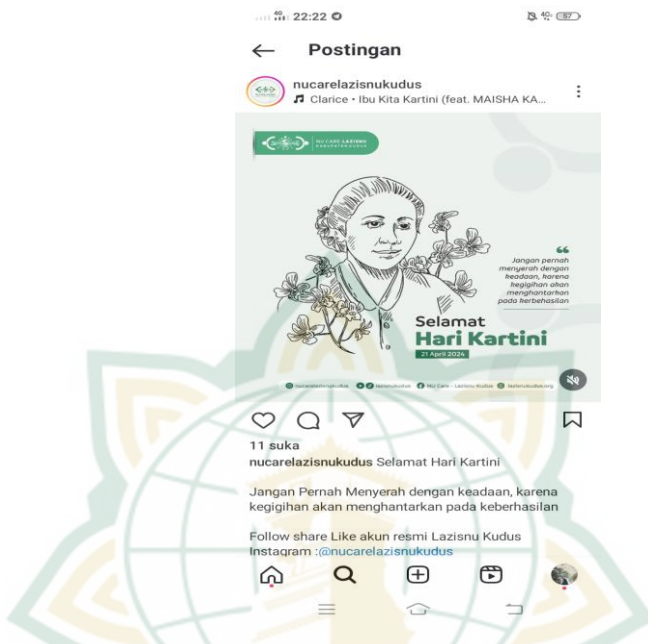
“Patokan kita itu adalah *followers*. Jadi kalau *followers* naik, ya berarti kita bagus nih, terus kita lihatnya juga dari algoritmanya naik berapa persen, likenya berapa persen. Tapi untuk like sih kita tidak terlalu mempermasalahkan ya, karena yang penting *value* kita tersampaikan. Jadi indikator utama kita *followers*.”

Dalam menetapkan tujuan LAZISNU Kudus menyesuaikan dengan event yang akan datang, ketika mendekati bulan Ramadhan makan konten-konten yang diunggah adalah konten seputar berbagi dan acara-acara berbuka dan santunan kepada yang membutuhkan, begitupun ketika mendekati Idul Fitri, maka konten yang disajikan adalah konten seputar zakat fitrah. Tujuannya agar mengajak masyarakat untuk berzakat dan bisa melalui LAZISNU Kudus sebagai wadahnya..

b. Penentuan Tema

Proses ini dilakukan guna mengetahui tema atau konten apa yang sekiranya dibutuhkan dan diinginkan publik, seberapa banyak informasi yang dapat diterima, jenis seperti apa yang diberikan dan bagaimana cara penyampaian informasi. Seperti yang disampaikan oleh Zulfa selaku tim divisi media

“Dalam menentukan materi konten kita menyesuaikan pada tujuan informasi yang ingin disampaikan pada masyarakat, dan proses pembuatan konten kita mencari materi pada web atau instagram kemudian mengkomunikasikan dengan PIC ataupun pengurus. Kemudian caption menyesuaikan konteks kontennya, hanya saja kami memiliki ciri khas dari setiap postingan dengan mencantumkan sosial media yang tetap pada setiap postingan”.



Konten-konten yang diunggah di media sosial disesuaikan dengan sesuatu yang sedang marak atau *event* yang sedang dijalankan LAZISNU Kudus. Hal pertama yang harus dilakukan dalam pembuatan konten adalah menentukan tema kemudian membuat konten (gambar atau video).

c. Perencanaan

Perencanaan yang cermat dalam pengelolaan media sosial sangat penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam melakukan perencanaan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, Langkah *pertama* dalam perencanaan adalah menetapkan tujuan. Seperti yang disampaikan oleh M. Umar Said selaku devisi media LAZISNU Kudus:

“ya biasanya dalam penetapan tujuan kita menyesuaikan dengan keadaan mbak, misal seperti waktu hari raya idul fitri maka tujuan kita adalah menghimbau masyarakat untuk berzakat fitrah, kemudian ketika idul adha maka kita menghimbau

masyarakat untuk menunaikan ibadah Qurban bagi yang mampu"⁹



Dalam proses perencanaan ini LAZISNU Kudus menyesuaikan dengan kondisi atau event keagamaan yang akan datang, ketika mendekati Idul Fitri maka konten-konten yang diunggah di media sosial LAZISNU adalah konten-konten seputar zakat fitrah, begitupun ketika mendekati hari raya idul Adha maka konten yang disajikan adalah konten-konten terkait pelaksanaan ibadah qurban.

Kedua, pemilihan waktu upload konten. Dalam proses perencanaan ini pemilihan waktu dalam upload konten juga sangat diperhatikan. Waktu yang dipilih untuk upload konten media sosial Instagram pada LAZISNU Kudus adalah pada sore hari dan malam hari, seperti yang disampaikan oleh M. Umar Said:

⁹ M. Umar Said, Devisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

“Pemilihan waktu dalam upload konten media sosial Instagram LAZISNU biasanya itu sore hari mbak, atau kalo ndak ya malam hari, karena pada waktu itu biasanya digunakan orang untuk bersantai dan beristirahat”¹⁰

Pemilihan waktu yang digunakan untuk mengunggah konten di media sosial LAZISNU Kudus adalah pada sore atau malam hari. Pemilihan waktu yang tepat untuk mengunggah konten sangat penting untuk meningkatkan jangkauan *viewer* konten. Dipilihnya waktu sore hari atau malam hari ini karena pada waktu-waktu tersebut biasa digunakan orang untuk beristirahat dan bersantai.

Ketiga, pemilihan konsep design untuk konten yang diunggah di sosial media LAZISNU ini disesuaikan dengan moment yang akan dihadapi. Pemilihan design konten yang akan diunggah memberikan dampak yang cukup besar pada penerimaan *viewer* terhadap konten yang diunggah.

“untuk *design* biasanya kita menyesuaikan moment yang ada mbak. Tentunya kita memilih design yang menarik mbak. Agar *viewer* konten kita tertarik”¹¹

¹⁰ M. Umar Said, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

¹¹ Zulfa, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024



Design konten yang dibuat oleh LAZISNU tentunya dibuat semenarik mungkin dengan tujuan agar masyarakat tertarik. Konten yang dibuat harus mengandung pesan dan tujuan yang jelas. Desain harus membantu mengkomunikasikan informasi dengan jelas dan memikat viewer.

d. Pelaksanaan

Pelaksanaan pengelolaan media sosial melibatkan serangkaian langkah dan tindakan yang dirancang untuk menjalankan strategi media sosial dengan efektif. Dalam proses pelaksanaan pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus diberikan kepada M. Umar Said. Seperti yang disampaikan oleh Ihdi Fahmi Tamami:

“Untuk pengelolaan media sosial di LAZISNU ini kami memberikan tanggung jawab penuh kepada bapak Umar Said. Beliau lah yang mengelola konten-konten yang akan diunggah di media sosial

Instagram, mulai dari design, dan yang mengatur jadwal upload konten adalah beliau”¹²

Media sosial Instagram LAZISNU Kudus ini selalu rutin dalam mengunggah konten yang ditayangkan di Instagram. Akun Instagram LAZISNU Kudus ini mengunggah konten setiap hari dengan tujuan memberikan informasi kepada msasyarakat terkait program-program yang telah direncanakan. Konten Instagram yang diunggah di Akun LAZISNU Kudus ini biasanya diunggah dalam bentuk *reels* maupun *Instastory*.

Akun Instagram LAZISNU Kudus ini selalu konsisten mengunggah minimal satu konten setiap hari. Pengguna Instagram cenderung lebih terlibat dengan akun yang mengunggah konten secara teratur. Dengan mengunggah konten secara konsisten, dapat membangun kebiasaan pada pengikut untuk memeriksa dan berinteraksi dengan konten yang diunggah.

“Akun Instagram LAZISNU Kudus ini selalu konsisten mengupload konten setiap hari mbak. Biasanya konten saya unggah melalui reels, ataupun *story*. Tapi kalau untuk setiap harinya lebih sering untuk mengupload konten di *Story*”¹³

Dengan mengunggah konten secara konsisten, LAZISNU dapat terus menginformasikan pengikutnya tentang program, kegiatan, dan inisiatif yang sedang berlangsung atau direncanakan. Ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran dan kontribusi LAZISNU dalam memberdayakan masyarakat.

Konsistensi dalam berbagi konten membantu membangun kepercayaan antara LAZISNU dan pengikutnya. Dengan memperlihatkan transparansi dalam penggunaan dana zakat, infaq, dan shadaqah,

¹² Ihdi Fahmi Tamami, Ketua Lazisnu Kudus, 15 Januari 2024.

¹³ Zulfa, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

LAZISNU dapat memperkuat hubungan dengan donatur dan masyarakat secara keseluruhan.

e. Evaluasi

Evaluasi pengelolaan konten Instagram LAZISNU akan melibatkan tinjauan terhadap berbagai aspek, termasuk kualitas konten, keterlibatan pengguna, kesesuaian dengan tujuan, dan pencapaian hasil yang diinginkan. Evaluasi ini selalu dilakukan setiap unggahan konten yang diunggah. Terutama terkait kualitas konten yang diunggah.

Tinjau kualitas konten yang diposting mencakup visualisasi, narasi, dan relevansi dengan tujuan dan nilai-nilai LAZISNU. Konten harus informatif, menarik, dan menginspirasi untuk menarik perhatian pengikut instaram. Selain itu kami juga melakukan Analisis terhadap tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten LAZISNU, termasuk jumlah like, komentar, dan berbagi. Keterlibatan yang tinggi menandakan bahwa konten berhasil menarik minat pengikut dan menginspirasi interaksi.

Media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di dunia modern. Keberadaan media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi di semua bidang kehidupan, termasuk perdagangan, politik, dan pendidikan. Akibatnya, media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi, menggesernya dari tradisional ke digital. Komunikasi melalui media sosial meningkatkan efektivitas proses kontak.

Dengan adanya media sosial Instagram yang digunakan oleh LAZISNU Kudus ini memberikan dampak yang cukup besar. Media sosial Instagram memiliki jangkauan yang sangat luas, konten-konten yang diunggah oleh LAZISNU Kudus ini dapat diakses dari berbagai wilayah sehingga ini akan lebih memudahkan LAZISNU dalam memberikan informasi kepada masyarakat terkait program yang sedang dijalankan.

Adanya pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus ini memberikan hasil yang dapat dirasakan Lembaga, diantara hasil dari pengelolaan media sosial ini adalah sebagai wadah untuk penggalangan dana

sosial bagi masyarakat yang lebih membutuhkan. Media sosial menjadi salah satu platform utama bagi LAZISNU dalam melakukan penggalangan dana untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. LAZISNU selalu mengajak pengikutnya untuk berpartisipasi dalam memberikan sumbangan zakat, infaq, dan shadaqah. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ihdi Fahmi Tamami:

“Dengan adanya media sosial dari LAZISNU Kudus ini tentunya digunakan untuk memberikan informasi terkait penggalangan dana yang dilakukan oleh LAZISNU. Jadi masyarakat bisa menyalurkan dana Zakat, infaq dan shadaqah kepada kami yang nantinya akan kami salurkan kepada yang membutuhkan”¹⁴

Banyak platform media sosial menawarkan fitur donasi yang memudahkan pengguna untuk menyumbangkan dana langsung melalui platform tersebut. Ini membuat proses donasi lebih mudah dan cepat bagi pengikut LAZISNU, tentunya dengan kemudahan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menyalurkan Zakat, Infaq dan Sadaqah mereka kepada LAZISNU Kudus.

Dalam penyaluran dana, biasanya masyarakat akan menghubungi admin LAZISNU melalui fitur DM (*Direct Messege*) untuk menanyakan bagaimana Langkah untuk menyalurkan penggalangan dana, selain itu masyarakat juga dapat menghubungi admin melalui nomor WhatsAapp yang tersedia di setiap konten yang diunggah pada media sosial Instagram LAZISNU. Hal ini tentunya akan lebih mempermudah masyarakat dalam menyalurkan dana sosial dari masyarakat yang akan dialihkan pada orang yang lebih membutuhka

Selain digunakan sebagai penggalangan dana, media sosial Instagram LAZISNU ini juga dapat digunakan sebagai upaya peningkatan kesadaran masyarakat terkait zakat, infaq, shadaqah serta kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Dengan adanya media sosial ini

¹⁴ Ihdi Fahmi Tamam, Ketua Lazisnu Kudus, 15 Januari 2024.

LAZISNU dapat memberikan edukasi kepada masyarakat melalui konten-konten yang menarik.

“Selain itu dengan adanya media sosial ini juga kami manfaatkan sebagai upaya kita dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dalam rangka memberikan edukasi terkait pelaksanaan ibadah-ibadah sosial mbak, media sosial instagram ini kan memang banyak sekali penggunaanya dan memang mudah sekali untuk diakses masyarakat”¹⁵

Penggunaan media sosial Instagram pada LAZISNU Kudus ini memberikan dampak positif pada masyarakat luas. Dengan adanya media sosial Instagram ini dapat dijadikan sebagai salah satu platform untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya pelaksanaan ibadah sosial, selain itu konten-konten yang kita unggah juga dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa diluar sana masih banyak sekali orang-orang yang lebih membutuhkan bantuan.

Konten media sosial yang diunggah LAZISNU Kudus ini memberikan dampak yang cukup besar pada masyarakat. Hal ini dikarenakan berbagai konten yang diunggah pada akun Instagram LAZISNU ini dapat diakses di manapun dan kapanpun. Dengan ribuan *followers* yang dimiliki akun Instagram LAZISNU Kudus ini dapat lebih memudahkan mereka dalam menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat luas.

2. Deskripsi Data Hambatan dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram LAZISNU Kudus

Pengelolaan media sosial instagram LAZISNU Kudus tidak terlepas dari hambatan. Penggunaan perangkat yang tidak memadai atau kurangnya akses ke teknologi terkini dapat menghambat proses pembuatan dan publikasi konten. Perangkat yang digunakan untuk mengelola akun Instagram, seperti komputer, laptop, smartphome, atau tablet, tidak memiliki spesifikasi yang cukup tinggi untuk menjalankan aplikasi desain grafis, editing video, atau aplikasi manajemen media sosial dengan lancar.

¹⁵ Zulfa, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

Menurut M. Umar Said selaku divisi media LAZISNU Kudus perangkat yang digunakan tergolong usang tidak kompatibel dengan fitur-fitur terbaru yang ditawarkan oleh Instagram, yang mengakibatkan keterbatasan dalam pembuatan konten berkualitas tinggi. Keterbatasan ini dapat mengurangi efisiensi dan produktivitas tim media sosial, memperlambat proses kerja, dan menghasilkan konten yang kurang menarik atau berkualitas rendah. Hal ini juga dapat mengakibatkan keterlambatan dalam posting konten dan berkurangnya kemampuan untuk berinteraksi dengan audiens secara real-time.¹⁶

Bapak Umar Said menuturkan perubahan algoritma Instagram dan fitur baru yang memerlukan penyesuaian cepat dapat menjadi tantangan. Instagram secara rutin memperbarui algoritma yang menentukan bagaimana konten ditampilkan kepada pengguna, serta memperkenalkan fitur-fitur baru seperti Reels, IGTV, atau pembaruan pada Stories dan post reguler. Tim media sosial harus selalu mengikuti perubahan ini dan mengadaptasi strategi mereka agar tetap relevan dan efektif. Jika tim tidak mampu menyesuaikan diri dengan cepat, konten mereka tidak mencapai audiens target secara efektif, mengurangi visibilitas dan engagement. Selain itu, ketidakmampuan untuk memanfaatkan fitur baru dengan optimal bisa membuat akun Lazisnu Kudus ketinggalan dibandingkan dengan akun lain yang lebih adaptif.¹⁷

“Tantangan yang kita alami ya perubahan algoritma Instagram dan fitur baru yang memerlukan penyesuaian cepat mbak. Instagram rutin mengupgrade algoritma yang menentukan bagaimana konten ditampilkan kepada pengguna, serta memperkenalkan fitur-fitur baru seperti Reels, IGTV, atau pembaruan pada Stories dan post reguler. Jika tim tidak mampu menyesuaikan diri dengan cepat, konten mereka tidak mencapai audiens target secara efektif, Selain itu, membuat akun

¹⁶ M. Umar Said, Devisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024.

¹⁷ M. Umar Said, Devisi Media LAZISNU Kudus, 13 januari 2024

LAZISNU Kudus tertinggal dibandingkan dengan akun lain yang lebih adaptif.”¹⁸

Koneksi internet yang tidak stabil dapat menghambat aktivitas posting dan interaksi real-time dengan audiens. Menurut Bapak M. Umar Said mengelola media sosial memerlukan koneksi internet yang stabil untuk mengunggah foto dan video, berinteraksi dengan komentar dan pesan dari pengikut, serta memonitor analitik dan performa konten secara berkala. Koneksi internet yang lambat atau tidak stabil dapat menyebabkan keterlambatan dalam posting konten, gangguan dalam siaran langsung (live streaming), dan kesulitan dalam berinteraksi dengan audiens secara efisien. Hal ini dapat mengurangi pengalaman pengguna dan menurunkan tingkat engagement, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pertumbuhan dan keterlibatan komunitas online LAZISNU Kudus.

Berdasarkan penuturan Bapak Ihdi Fahmi Tamami selaku Ketua LAZISNU Kudus dalam pengelolaan media juga adanya keterbatasan sumber daya kreatif. Kurangnya desainer grafis, fotografer, atau editor video yang kompeten untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi dapat menjadi kendala utama. Dalam dunia media sosial yang sangat visual seperti Instagram, memiliki tim kreatif yang mampu menghasilkan konten menarik dan profesional adalah sangat penting. Jika tim tidak memiliki keahlian atau jumlah staf yang cukup, kualitas konten dapat menurun. Keterbatasan ini dapat mengakibatkan konten yang dihasilkan kurang menarik, tidak sesuai dengan tren, atau kurang mampu bersaing dengan konten dari akun lain yang memiliki sumber daya lebih baik. Hal ini dapat mempengaruhi engagement rate dan pertumbuhan audiens secara keseluruhan.¹⁹

Menurut Bapak M. Umar Said Membuat konten yang mampu menarik perhatian dan mempertahankan audiens adalah tantangan yang signifikan. Ini melibatkan keseimbangan antara konten yang informatif dan konten

¹⁸ M. Umar Said, Devisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

¹⁹ Ihdi Fahmi Tamami, Ketua Lazisnu Kudus, 15 Januari 2024.

yang promosi, serta kemampuan untuk mengemas informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Selain itu, tim perlu memahami tren terbaru dan preferensi audiens agar konten tetap relevan.²⁰

Konten yang tidak menarik atau tidak relevan dapat menyebabkan audiens kehilangan minat dan beralih ke akun lain. Selain itu, kurangnya variasi dalam jenis konten (seperti gambar, video, infografis, dll.) bisa membuat akun terasa monoton dan membosankan.

Menurut Bapak M. Umar Said menjaga konsistensi dalam mengunggah konten sesuai jadwal yang telah ditetapkan dapat menjadi sulit jika tidak ada perencanaan yang matang. Konsistensi adalah kunci dalam membangun kepercayaan dan ekspektasi audiens. Ini mencakup frekuensi posting, waktu posting, dan jenis konten yang dipublikasikan.

“Ketidak konsistenan dalam jadwal posting bisa membuat penurunan engagement. Audiens juga bisa bingung atau tidak puas. Tanpa perencanaan yang baik, tim akan kesulitan untuk tetap berada di jalur dan memastikan bahwa konten dipublikasikan secara teratur.”²¹

Menurut Bapak Ihdi Fahmi Tamami terdapat juga hambatan dalam manajemen tim pengelola. Jika hanya sedikit orang yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial, beban kerja bisa menjadi terlalu berat. Kesulitan dalam komunikasi dan koordinasi antara tim media sosial dengan departemen lain bisa menghambat proses konten. Selain itu, anggaran yang minim untuk kegiatan pemasaran dan promosi di Instagram dapat menghambat efektivitas.²²

“Kami juga mengalami hambatan dalam manajemen pengelolaannya mbak. Diantaranya Kurangnya Tim Pengelola, Koordinasi Internal tim yang Lemah kurang

²⁰ M. Umar Said, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

²¹ M. Umar Said, Divisi Media LAZISNU Kudus, 13 Januari 2024

²² Ihdi Fahmi Tamami, Ketua Lazisnu Kudus, 15 Januari 2024.

komunikasi, dan Keterbatasan Anggaran dalam mengelola instagram.”²³

C. Analisis Data

1. Analisis Data Pengelolaan Media Sosial Instagram LAZISNU Kudus

Ilmu komunikasi memasuki paradigma baru dengan munculnya media baru. Media sosial memiliki banyak tujuan dalam memfasilitasi aktivitas sehari-hari, termasuk berbagi informasi, interaksi, promosi, dan banyak lagi. Teknologi terus berkembang dan menjadi lebih inventif, dan internet semakin mudah diakses dan memiliki lebih banyak aplikasi dibandingkan sebelumnya.

Berbicara mengenai perkembangan teknologi komunikasi, bukan hanya tentang perangkat keras, melainkan juga bentuk teknologi yang berupa perangkat lunak. Media sosial menjadi salah satu teknologi yang hadir atas dampak dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dengan bentuk perangkat lunak. Media sosial merupakan teknologi perangkat lunak komunikasi yang mampu berjalan dan dioperasikan dengan bantuan jaringan internet.

Pengadopsian hadirnya teknologi komunikasi ini tidak berhenti dalam kehidupan bermasyarakat, melainkan juga banyak digunakan dalam proses berkomunikasi dan berinteraksi dalam suatu kegiatan yang lebih kompleks seperti bisnis bahkan organisasi non profit. Media sosial mulai dilirik oleh beberapa perusahaan bahkan lembaga organisasi non profit karena dirasa cukup efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiensnya, serta sebagai bentuk upaya mempertimbangkan dan memanfaatkan ruang-ruang virtual yang ada diatas.²⁴

LAZISNU Kudus menggunakan media sosial Instagram dalam mensosialisasikan program-program yang telah disusun. Media sosial dipilih sebagai media untuk menyebarkan program-program LAZISNU ini karena media

²³ Ihdi Fahmi Tamami, Ketua Lazisnu Kudus, 15 Januari 2024.

²⁴ Mas’ud Hamdani, “Manajemen Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @KEMENDAG,” *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2023): 395.

sosial memungkinkan untuk mencapai audiens yang luas dan beragam. Dengan memposting konten secara online, kita dapat menjangkau orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis tanpa terbatas oleh batasan fisik.

Instagram merupakan aplikasi smartphone yang fungsinya mirip dengan Twitter dalam hal media digital; Namun, hal ini berbeda karena memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi satu sama lain melalui penggunaan gambar.²⁵

Ada beberapa Langkah yang digunakan dalam pengelolaan media sosial Instagram oleh LAZISNU Kudus, Langkah pertama adalah Perencanaan. Dalam proses perencanaan ini LAZISNU Kudus menyesuaikan dengan kondisi atau event keagamaan yang akan datang, ketika mendekati Idul Fitri maka konten-konten yang diunggah di media sosial LAZISNU adalah konten-konten seputar zakat fitrah, begitupun ketika mendekati hari raya idul Adha maka konten yang disajikan adalah konten-konten terkait pelaksanaan ibadah qurban.

Akan ada pesan yang terkandung dalam sebuah gambar yang dibagikan di media sosial. Oleh karena itu, pengelola media sosial yang terampil akan memahaminya dengan lebih baik dan mengetahui cara mengkomunikasikannya kepada audiens targetnya. Pesan tersebut disampaikan dengan santun, tidak menggunakan bahasa kasar, dan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat.²⁶

Selain itu dalam proses mengunggah konten, pemilihan waktu juga perlu diperhatikan. Pemilihan waktu yang digunakan untuk mengunggah konten di media sosial LAZISNU Kudus adalah pada sore atau malam hari. Pemilihan waktu yang tepat untuk mengunggah konten sangat penting untuk meningkatkan jangkauan viewer konten. Dipilihnya waktu sore hari atau malam hari ini

²⁵ Dwi atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, 10.

²⁶ Luthfiyah Amirah, "Perancangan Media Planning Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Dalam Rangkamenarik Minat Pelanggan," *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi* 13, no. 2 (2021): 68.

karena pada waktu-waktu tersebut biasa digunakan orang untuk beristirahat dan bersantai.

Kegiatan yang harus diperhatikan dan pertimbangkan mengenai manajemen media sosial salah satunya terkait dengan bagaimana konten yang dibuat mampu disebarluaskan hingga mampu diterima oleh lebih luas pengguna di media sosial. Kegiatan penyebarluasan ini, mampu digunakan sebagai strategi untuk mengetahui interaksi yang terjadi dalam lingkup pengikutnya.²⁷

Selain itu pemilihan konsep design untuk konten yang diunggah di sosial media LAZISNU ini disesuaikan dengan moment yang akan dihadapi. Pemilihan design konten yang akan diunggah memberikan dampak yang cukup besar pada penerimaan *viewer* terhadap konten yang diunggah. Design konten yang dibuat oleh LAZISNU tentunya dibuat semenarik mungkin dengan tujuan agar masyarakat tertarik. Konten yang dibuat harus mengandung pesan dan tujuan yang jelas. Desain harus membantu mengkomunikasikan informasi dengan jelas dan memikat *viewer*.

Di zaman modern, desain visual yang menarik menjadi sangat bisa diandalkan karena konsumen lebih menghargai fungsionalitas daripada tampilan, terutama generasi milenial yang lebih cenderung tergerak dan terpengaruh oleh elemen estetika yang halus. Mengingat estetika diperlukan di zaman modern untuk memastikan bahwa apa yang kita lihat memberikan kepuasan fisik.²⁸

Dalam proses pelaksanaan, Media sosial Instagram LAZISNU Kudus ini selalu rutin dalam mengunggah konten yang ditayangkan di Instagram. Akun Instagram LAZISNU Kudus ini mengunggah konten setiap hari dengan tujuan memberikan informasi kepada msayarakat terkait program-program yang telah direncanakan. Konten Instagram yang diunggah di Akun LAZISNU Kudus ini biasanya diunggah dalam bentuk *reels* maupun *Instastory*.

²⁷ Hamdani, "Manajemen Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @KEMENDAG)," 397.

²⁸ Yunita Gesnida, "Pengaruh Desain Komunikasi Visual Estetika Dalam Daya Beli Konsumen Di Media Sosial," *Jurnal Dasarupa* 4 (t.t.): 1.

Dalam penggunaan media sosial berhubungan dengan kegiatan interaksi dan komunikasi. Yang tentunya kegiatan ini berhubungan dengan orang lain, sehingga perlu di manajemen pelibatan tersebut, termasuk terkait dengan siapa yang dilibatkan, tindakan apa yang diharapkan dari pengguna lainnya hingga juga mempertimbangkan keinginan mereka.²⁹

Akun Instagram LAZISNU Kudus ini selalu konsisten mengunggah minimal satu konten setiap hari. Pengguna Instagram cenderung lebih terlibat dengan akun yang mengunggah konten secara teratur. Dengan mengunggah konten secara konsisten, dapat membangun kebiasaan pada pengikut untuk memeriksa dan berinteraksi dengan konten yang diunggah.

Kemudian, dalam proses Evaluasi pengelolaan konten Instagram LAZISNU akan melibatkan tinjauan terhadap berbagai aspek, termasuk kualitas konten, keterlibatan pengguna, kesesuaian dengan tujuan, dan pencapaian hasil yang diinginkan. Evaluasi ini selalu dilakukan setiap unggahan konten yang diunggah. Terutama terkait kualitas konten yang diunggah.

Melalui proses pemantauan dan evaluasi dapat memberikan nilai-nilai kontribusi untuk pengendalian efisiensi kontrol internal dan kebutuhan eksternal, penciptaan transparansi dan penilaian kinerja teknologi informasi, percepatan pembuatan laporan dan pendayagunaan sumberdaya manusia³⁰

2. Analisis Data Hasil Pengelolaan Media Sosial Instagram LAZISNU Kudus

Saat ini, media sosial lebih dari sekedar situs internet. Saat ini, media sosial digunakan oleh masyarakat. Pemasaran media sosial semakin penting di era transformasi bisnis digital. Pesatnya kemajuan teknologi seluler, seiring dengan peningkatan infrastruktur koneksi internet,

²⁹ Hamdani, "Manajemen Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @KEMENDAG," 397.

³⁰ Sandy Kosasi, "Evaluasi Penggunaan Teknologi Media Sosial Dalam Memperluas Bisnis Pemasaran Online," *Jurnal STIMIK* 10, no. 2 (2017): 176.

menghadirkan prospek perluasan pangsa pasar di seluruh dunia.

Adanya pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus ini memberikan hasil yang dapat dirasakan Lembaga, diantara hasil dari pengelolaan media sosial ini adalah sebagai wadah untuk penggalangan dana sosial bagi masyarakat yang lebih membutuhkan. Media sosial menjadi salah satu platform utama bagi LAZISNU dalam melakukan penggalangan dana untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. LAZISNU selalu mengajak pengikutnya untuk berpartisipasi dalam memberikan sumbangan zakat, infaq, dan shadaqah.

Teknologi memfasilitasi dan memperluas jangkauan penggalangan dana. Penggalangan dana melalui media sosial terbukti lebih berhasil dan mendapat banyak dukungan, terutama pada saat terjadi tragedi atau ketika ada banyak korban jiwa dan harta benda.³¹ Secara umum, media sosial yang paling baik digunakan untuk dua tujuan organisasi yaitu penggalangan dana dan pengembangan sumber daya, serta advokasi kebijakan dan perubahan sosial.³²

Menggabungkan teknologi komputer dan telekomunikasi, teknologi informasi menggeser paradigma industri ke pasca industri sehingga mempengaruhi perilaku manusia di lingkungan sekitarnya. Komponen keuangan adalah salah satu dari banyak bidang yang menjadi tempat terjadinya perubahan perilaku. Masyarakat kini dapat menyumbangkan dana yang ada atau menggalang dana baru dengan mudah secara online.

Banyak platform media sosial menawarkan fitur donasi yang memudahkan pengguna untuk menyumbangkan dana langsung melalui platform tersebut. Ini membuat proses donasi lebih mudah dan cepat bagi pengikut LAZISNU, tentunya dengan kemudahan ini dapat meningkatkan minat

³¹ Tsany Khoiriyah An Ni'mah dan Monika Sri Yulianti, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Crowdfunding," *Jurnal Kommas*, 2020, 4.

³² Azkarillah Khaulah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penggalangan Dana Oleh Lembaga Non-Profit," *Jurnal Communicator Sphere 2* (2022): 95.

masyarakat untuk menyalurkan Zakat, Infaq dan Sadaqah mereka kepada LAZISNU Kudus.

Selain itu, Penggunaan media sosial Instagram pada LAZISNU Kudus ini memberikan dampak positif pada masyarakat luas. Dengan adanya media sosial Instagram ini dapat dijadikan sebagai salah satu platform untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya pelaksanaan ibadah sosial, selain itu konten-konten yang kita unggah juga dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa diluar sana masih banyak sekali orang-orang yang lebih membutuhkan bantuan.

Informasi dapat dengan mudah dibagikan di antara orang-orang yang menggunakan media sosial, dari mereka yang ingin terlibat dalam percakapan hingga orang lain. Media sosial pada dasarnya adalah instrumen komunikasi massa yang kuat karena kemampuannya mempercepat komunikasi dengan mempromosikan kontribusi sosial dan umpan balik. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi pendidikan berbasis media sosial dapat mempengaruhi pergeseran keyakinan, sikap, dan tindakan masyarakat.³³

Mengingat semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial saat ini, platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk beberapa tujuan, salah satunya adalah memaksimalkan dan mendorong pola edukasi masyarakat tentang nilai ibadah sosial melalui konten edukasi. Platform media sosial menyediakan sejumlah kemampuan yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk meningkatkan materi pendidikan. Mungkin akan lebih mudah bagi LAZISNU untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform penyampaian konten edukasi. Misalnya, konsumen dapat mengakses materi berupa infografis, film, video streaming, atau tanya jawab melalui platform media sosial seperti Instagram.

³³ Megawati Simanjuntak, "Pengaruh Inovasi Edukasi Gizi Masyarakat Berbasis Social Media Marketing Terhadap Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Dalam Upaya Pencegahan Stunting," *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen* 15 (2022): 165.

Konten media sosial yang diunggah LAZISNU Kudus ini memberikan dampak yang cukup besar pada masyarakat. Hal ini dikarenakan berbagai konten yang diunggah pada akun Instagram LAZISNU ini dapat diakses di akses di manapun dan kapanpun. Dengan ribuan *followers* yang dimiliki akun Instagram LAZISNU Kudus ini dapat lebih memudahkan mereka dalam menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat luas.

3. Analisis Data Hambatan dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram LAZISNU Kudus

Pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus tidak terlepas dari berbagai hambatan yang mengganggu efektivitasnya. Media sosial dapat diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Namun, dalam pengelolaan media sosial Instagram LAZISNU Kudus, terdapat beberapa hambatan yang mengganggu efektivitas dan efisiensi interaksi tersebut.³⁴

Berikut adalah analisis berdasarkan wawancara dengan beberapa tokoh terkait:

a. Hambatan Teknis Perangkat yang Tidak Memadai

Penggunaan perangkat yang usang dan kurangnya akses ke teknologi terkini dapat menghambat proses pembuatan dan publikasi konten. Perangkat yang digunakan untuk mengelola akun Instagram tidak kompatibel dengan fitur-fitur terbaru Instagram, seperti aplikasi desain grafis dan editing video. Keterbatasan ini mengurangi efisiensi dan produktivitas tim, memperlambat proses kerja, dan menghasilkan konten berkualitas rendah. Koneksi internet yang lambat atau tidak stabil juga menjadi masalah utama.. Koneksi yang buruk dapat menyebabkan keterlambatan posting konten dan gangguan dalam siaran langsung, mengurangi pengalaman pengguna dan tingkat engagement.

Dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut, perlu dilakukan strategi dan upaya untuk memastikan

³⁴ Nasrulloh, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, 11.

bahwa platform media sosial LAZISNU Kudus dapat memfasilitasi pertukaran, kolaborasi, dan interaksi antar pengguna dengan baik. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan fitur-fitur yang memadai, penciptaan konten yang menarik dan berinteraksi, serta penyediaan pelatihan dan dukungan kepada pengguna untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan mereka dalam berkolaborasi dan berinteraksi di media sosial.³⁵

b. Hambatan Konten Keterbatasan Sumber Daya Kreatif

Devisi Media LAZISNU Kudus kekurangan desainer grafis, fotografer, dan editor video yang kompeten. Keterbatasan ini berdampak pada kualitas konten yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan tren. Akibatnya, engagement rate dan pertumbuhan audiens menurun karena konten tidak mampu bersaing dengan akun lain yang memiliki sumber daya lebih baik.

Akibat dari kurangnya sumber daya yang memadai mengakibatkan kurang optimal dalam menciptakan konten yang mampu menarik perhatian dan mempertahankan audiens. Hal ini merupakan tantangan besar. Konten harus seimbang antara informatif dan promosi, serta dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Kurangnya variasi konten juga membuat akun terasa monoton dan membosankan, menyebabkan audiens kehilangan minat. Konsistensi dan Jadwal dalam mengunggah konten sesuai jadwal juga masih kurang tertata matang. Ketidak konsistenan dalam jadwal posting dapat menurunkan engagement dan menyebabkan audiens bingung atau tidak puas.

c. Hambatan Manajemen

Kurangnya jumlah orang yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial menyebabkan beban kerja terlalu berat. Ini menghambat efektivitas dan efisiensi pengelolaan akun. Kesulitan dalam komunikasi dan koordinasi antara tim media sosial dan departemen lain juga menjadi hambatan. Koordinasi yang buruk menghambat proses konten, mengurangi efektivitas strategi media sosial.

³⁵ Prisgunanto, *Komunikasi pemasaran era digital*, 20.

Anggaran yang minim untuk pemasaran dan promosi di Instagram juga membatasi efektivitas dalam membuat konten. Keterbatasan anggaran membuat tim sulit menjalankan secara optimal dan bersaing dengan akun lain yang memiliki dukungan finansial lebih baik.

Solusi yang dapat dilakukan dalam mengatasi hambatan pengelolaan media sosial instagram LAZISNU Kudus antara lain:

a. Pembaruan dan Pengadaan Perangkat Baru

Lakukan inventarisasi terhadap perangkat yang ada dan evaluasi kebutuhan perangkat baru. Identifikasi perangkat yang tidak lagi memenuhi standar kinerja. Investasikan dalam pembelian komputer, laptop, dan smartphone dengan spesifikasi yang lebih tinggi. Pastikan perangkat baru kompatibel dengan aplikasi desain grafis dan editing video terbaru. Jika anggaran terbatas, pertimbangkan opsi penyewaan perangkat berkualitas tinggi sebagai solusi sementara hingga anggaran memungkinkan pembelian.

Dalam mengatasi terbatsanya ases internet dapat berlangganan layanan software berbasis cloud yang selalu diperbarui, seperti *Adobe Creative Cloud*, untuk memastikan akses ke versi terbaru dari aplikasi desain dan editing video. Tingkatkan paket internet ke kecepatan yang lebih tinggi dan stabil. Pertimbangkan untuk berlangganan layanan internet dari penyedia yang berbeda jika penyedia saat ini tidak memadai. Pasang layanan internet cadangan dari penyedia lain untuk memastikan koneksi tetap berjalan jika ada gangguan pada penyedia utama.³⁶

b. Rekrutmen dan Pelatihan

Meningkatkan jumlah sumber daya kreatif melalui rekrutmen yang efektif. Lazisnu Kudus dapat memanfaatkan berbagai saluran rekrutmen seperti situs lowongan kerja, media sosial, dan jaringan profesional untuk menemukan desainer grafis, fotografer, dan editor video yang kompeten. Proses rekrutmen yang baik harus

³⁶ Nasrulloh, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, 11.

tentukan posisi yang diperlukan berdasarkan analisis kebutuhan konten. Buat deskripsi pekerjaan yang jelas dan terperinci yang mencakup tanggung jawab, keterampilan yang dibutuhkan, dan pengalaman yang diinginkan.

Memberikan pelatihan berkelanjutan kepada tim yang ada sangat penting untuk meningkatkan keterampilan mereka dan memastikan mereka tetap up-to-date dengan tren dan teknologi terbaru. Adakan workshop dan seminar yang difasilitasi oleh ahli industri untuk meningkatkan keterampilan teknis seperti desain grafis, fotografi, dan editing video. Dukung tim untuk mengikuti kursus online dan mendapatkan sertifikasi di bidang-bidang yang relevan. Platform seperti *Coursera*, *Udemy*, dan *LinkedIn Learning* menawarkan banyak pilihan.³⁷

c. Pembagian Tugas

Identifikasi semua tugas yang diperlukan untuk mengelola akun Instagram Lazisnu Kudus, termasuk pembuatan konten, posting, interaksi dengan audiens, analisis kinerja, dan koordinasi. Definisikan peran spesifik untuk setiap anggota tim berdasarkan tugas yang telah diidentifikasi. Misalnya, peran dapat mencakup *Content Creator*, *Social Media Manager*, *Graphic Designer*, *Video Editor*, dan *Community Manager*. Tetapkan tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk setiap anggota tim. Ini akan membantu dalam mengurangi beban kerja individu dan meningkatkan efisiensi.

³⁷ Nasrulloh, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, 11.