

PERAN MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DALAM MENYEBARKAN PESAN ISLAMI DI PLATFORM INSTAGRAM: STUDI KASUS PADA LAZNAS (LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL) YATIM MANDIRI

A.Ella Amelia¹, Kartika Ali², Burhanuddin Rabbani³, Muh. Farel⁴, Suryani Musi⁵
andiella400@gmail.com¹, kkartika484@gmail.com², boerhanrb@gmail.com³,
muhammadfharelfharel@gmail.com⁴, suryani.musi@uin-alauddin.ac.id⁵

Uin Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian konseptual ini bertujuan menganalisis peran manajemen media sosial dalam penyebaran pesan islami di platform Instagram dengan studi kasus pada LAZNAS Yatim Mandiri. Manajemen media sosial mencakup perencanaan konten, publikasi, interaksi audiens, serta analisis performa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan dan observasi digital terhadap akun resmi Instagram Yatim Mandiri. Hasil kajian menunjukkan bahwa manajemen media sosial yang terstruktur—melalui perencanaan tematik, optimasi visual, dan interaksi yang konsisten—memiliki peran penting dalam memperkuat pesan islami serta meningkatkan keterlibatan pengguna. Pemanfaatan fitur Instagram seperti reels, stories, dan hashtag turut memperluas jangkauan pesan dakwah. Namun, terdapat tantangan seperti perubahan algoritma, keterbatasan sumber daya manusia, dan kejenuhan konten. Kesimpulan dari studi ini menegaskan bahwa manajemen media sosial yang efektif dapat mendukung komunikasi dakwah dan filantropi Islam di era digital.

Kata Kunci: Manajemen Media Sosial, Pesan Islami, Instagram, LAZNAS Yatim Mandiri.

ABSTRACT

This conceptual study explores the role of social media management in disseminating Islamic messages on Instagram, using LAZNAS Yatim Mandiri as a case study. Social media management includes content planning, publication, audience interaction, and performance analysis. The research uses a qualitative approach with literature review and digital observation of Yatim Mandiri's official Instagram account. The results show that structured management—such as thematic planning, visual optimization, and consistent interaction—plays an important role in strengthening Islamic messages and enhancing user engagement. Instagram features such as reels, stories, and hashtags are utilized to increase visibility. However, challenges such as algorithm changes, limited human resources, and content saturation remain. The study concludes that effective social media management supports Islamic communication and social philanthropy in the digital era.

Keywords: Social Media Management, Islamic Message, Instagram, LAZNAS Yatim Mandiri.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi umat manusia, termasuk dalam ranah dakwah Islam. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium penyebaran nilai-nilai keagamaan dan sosial. Instagram, dengan karakteristik visualnya, menjadi platform yang potensial bagi lembaga keislaman untuk menyampaikan pesan dakwah secara menarik dan efektif.

Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Yatim Mandiri merupakan salah satu lembaga sosial keagamaan yang memanfaatkan Instagram untuk membangun citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan zakat, infak, dan sedekah, sekaligus menyebarkan pesan-pesan islami. Namun, efektivitas kegiatan tersebut sangat dipengaruhi oleh manajemen media sosial yang diterapkan oleh Lembaga.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen media sosial mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan strategi komunikasi digital melalui berbagai platform media sosial. Dalam konteks lembaga keislaman, manajemen ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan engagement, tetapi juga pada penyebaran nilai dan pesan dakwah yang sesuai dengan prinsip Islam.

METODOLOGI

Penelitian ini bersifat kualitatif konseptual dengan metode studi kasus dan kajian pustaka. Sumber data diperoleh dari literatur ilmiah (jurnal, buku, dan laporan penelitian lima tahun terakhir) serta observasi non-interaktif terhadap akun Instagram resmi @yatimmandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi menunjukkan bahwa LAZNAS Yatim Mandiri menerapkan pola manajemen media sosial berbasis perencanaan konten tematik, seperti kampanye #SedekahBerdaya, #KisahYatim, dan #BerbagiInspirasi. Setiap konten disusun melalui desain grafis yang selaras dengan identitas visual lembaga dan dilengkapi caption yang berisi pesan moral islami.

KESIMPULAN

Manajemen media sosial memainkan peran strategis dalam penyebaran pesan islami di Instagram. Pada kasus LAZNAS Yatim Mandiri, keberhasilan kampanye dakwah digital dipengaruhi oleh tiga hal utama: perencanaan konten yang tematik, penggunaan visual yang menarik, dan interaksi aktif dengan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Al-Ghazali, "Dakwah Digital dan Media Sosial: Peluang dan Tantangan," Jurnal Komunikasi Islam, vol. 6, no. 2, 2018.
- D. Kurniawan, "Manajemen Media Sosial pada Lembaga Sosial: Studi Kasus Lembaga XYZ," Jurnal Manajemen Komunikasi, vol. 4, no. 1, 2020.
- E. Fitriani & R. Hidayat, "Strategi Konten Visual dalam Media Sosial untuk Organisasi Keagamaan," Jurnal Dakwah Digital, vol. 3, no. 1, 2021.
- S. Haryanto, "Instagram Sebagai Media Dakwah: Analisis Pesan Visual dan Engagement," Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol. 9, no. 1, 2021.
- S. Maulana, "Peran Strategis Media Sosial Dalam Komunikasi Dakwah," Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, vol. 5, no. 2, 2022.