BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan ialah tombak utama penentu keberhasilan suatu negara, negara memiliki andil dalam menjadikan pendidikan sebagai tolak ukur utama dalam memajukan, mengembangkan dan meningkatkan kualitasnya. Di negara bagian timur pondok pesantren menjadi suatu Lembaga Pendidikan yang salah satunya memiliki andil didalam memajukan suatu negara untuk menghasilkan para cendekiawan yang cerdas dan berguna bagi nusa, bangsa, dan agama¹.

Pondok pesantren ialah Lembaga Pendidikan tertua di Indonesia. Pondok pesantren memiliki tujuan tersendiri didalam pendiriannya, salah satunya adalah bertujuan untuk mencetak kader para *Ulama* dan *Umaro* yang memiliki bekal ilmu agama yang kuat Pada permulaannya, pondok pesantren dikenal sebagai tempat yang khusus bagi seseorang yang ingin mempelajari ilmu agama secara khusus. Jika di sekolah, para murid biasa disebut dengan siswa, akan tetapi jika di pondok pesantren menggunakan sebutan santri. Para santri diajarkan berbagai macam pembelajaran khususnya pembelajaran yang mendalam tentang Al-Qur'an dan Hadist, pembejalaran tentang bagaimana membaca Al-Qur'an

¹ Mukhlis. 2020. “Karakteristik Pertumbuhan Pesantren di Bima”, Jurnal Universits Islam Negeri Sunan Ampel

dengan baik dan benar sampai kepada bagaimana cara mengartikan Al-Qur'an itu sendiri sehingga menjadi sebuah makna yang dapat dipahami. Hal tersebut perlu waktu yang cukup lama dalam mempelajarinya karena ada berbagai tingkatan kitab yang santri perlu pelajari. Maka dari itu diadakannya pondok pesantren untuk menjadi sebuah tempat khusus dalam mempelajari ilmu agama.

Sebagian besar pondok pesantren memiliki aturan dan kebijakannya masing-masing salahsatunya adalah santri dituntut untuk bisa melepaskan segala kebebasan yang ada dirumah agar bisa focus mempelajari ilmu agama, maka biasanya pondok pesantren memiliki kebijakan bagi santrinya untuk mukim dilembaganya. Sehingga banyak orang yang menjuluki bahwa pondok pesantren adalah "Penjara Suci". Bagaimana tidak, karena kebijakan itulah santri harus meninggalkan banyak hal salah satunya santri dituntut untuk membangun karakter mandiri dengan jauh dari kedua orang tuanya dan jauh dari segala hal yang ada dirumah yang Dimana hal itulah menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi para santri. Maka dari hal itu tidak banyak siswa yang ingin hijrah ke pesantren dikarenakan harus jauh dari kedua orang tuanya. Pada kebijakan ini pun Al-Quran menjelaskan dalam Surat Attaubah ayat 122, Allah Berfirman

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

"Dan tidak sepatutnya orang-orang mukmin itu semuanya pergi (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya (9:122)"².

² Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia

Jelas, pada ayat ini Allah memerintahkan kita untuk pergi sejenak mencari ilmu agar kita bisa dibekali iman yang kuat dalam menghadapi setiap permasalahan.

Pada julukan "*Penjara Suci*" inilah sehingga pesantren seringkali dianggap kolot, kuno, jauh dari peradaban, jauh dari perkembangan zaman. Hal ini berdasarkan pada banyaknya pondok pesantren yang hanya memilih mempelajari Ilmu Agama saja. Karena berdirinya pondok pesantren dimulai dari misi umat Islam yang bertujuan untuk Bersatu dalam melawan penjajah Belanda. Dahulu pondok pesantren dalam hal ini kiai dan santri ikut andil dalam melawan penjajah bahkan perumusan 'membela negara adalah Sebagian dari iman' berasal dari pondok pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur yaitu Hadrotusyeikh KH. Hasyim Asy'ari. Kemudian terbentuklah suatu Lembaga yang berdiri sendiri untuk membentuk persatuan antara ummat Islam. Disana dididik para santri untuk bisa teguh pada pendirian dengan memperkuat keimanan mereka melalui kajian-kajian Islam. Sekaligus penggunaan kitab kuning sebagai media pembelajarannya dengan Bahasa pengantarnya yaitu Bahasa Jawa. Selain daripada memperkuat Aqidah dan Tauhid serta keilmuan Islam. Para santripun diberikan arahan untuk Menyusun strategi dalam melawan penjajah Belanda hingga turun langsung ke lapangan dalam melawan penjajah.

Hal ini membuat munculnya pemikiran apa saja yang menjadi kebijakan bagi kaum penjajah sebisa mungkin pondok pesantren yang menjadi pionir untuk melawan kebijakannya. Termasuk hadirnya kebijakan Pendidikan formal yang digaungkan oleh kaum penjajah Belanda, pondok pesantren termasuk yang menolak kebijakan tersebut dan mengkaji lagi lebih mendalam terkait integrasi ilmu

pengetahuan lain selain ilmu pengetahuan Agama. Apakah akan bertentangan dengan prinsip pondok pesantren dan menghilangkan cirikhas dari pada pondok pesantren itu sendiri. Namun pada akhirnya sekitar tahun 70'an pondok pesantren Manba'ul Ulum dikatakan dalam Sejarah membangun sebuah Lembaga Pendidikan formal yaitu madrasah sekaligus tetap mempertahankan tradisionalitas pondok pesantren. Kemudian diikuti oleh pondok pesantren lainnya seperti Tebuireng Jombang, Darussalam Gontor dan lain sebagainya. Ini adalah Upaya adaptif yang dilakukan oleh pondok pesantren untuk mencerdaskan anak bangsa dengan tetap mempertahankan cirikhas mereka.

Pada akhirnya banyak pondok pesantren yang melakukan pembaharuan contohnya dalam segi kurikulum, yaitu pondok pesantren yang terintegrasi dengan Pendidikan formal seperti system "*Boarding School*"³. Didalamnya pondok pesantren tidak hanya menyediakan Pendidikan non formal akan tetapi saat ini Sebagian besar pondok pesantren sudah memiliki legalitas dan pengakuannya dimata pemerintah. Pondok pesantrenlah tempat orang-orang yang berusaha memberikan sumbangsih kepada negara tercinta untuk menghasilkan generasi intelektual yang berkualitas dengan menjunjung tinggi moral (Akhlak).

Dari pembaharuannya melahirkan sebuah tipologi pondok pesantren sehingga dapat diklasifikasikan menjadi beberapa tipe pondok pesantren menurut Nihwan tipologi pondok pesantren yaitu, Pertama *Pesantren Salaf* bisa dikatakan sebagai pesantren berbasis tradisional yang dikembangkan oleh okoh Islam

³ Muhammad Nihwan and Paisun 2019, "*Tipologi Pesantren (Mengkaji Sistem Salaf Dan Modern)*," Jurnal Pemikiran Dan Ilmu Keislaman 2, no. 1: 59–81.

Tradisional yang berasal dari pedesaan hingga saat ini pesantren salaf masih terus eksis dalam metode pembelajaran yang disebut dengan Bandhongan dan Sorogan kitab-kitab kuning yang dikarang oleh para Ulama baik dari Indonesia maupun dari Negara bagian Timur. Dalam system bandhongan dan sorogan ini lah yang menjadi ciri khas para santri salaf dengan metodenya yaitu para santri tidak bisa berperan aktif berdiskusi dan hanya mendengarkan dan menuliskan apa yang disampaikan oleh kiainya⁴.

Kedua *Pesantren Khalaf/Modern* merupakan antitesa dari pesantren salaf. Menurut Nihwan Pesantren modern didirikan bertujuan agar bisa menjawab tantangan zaman yang dimaksudkan agar bisa berupaya melahirkan pribadi yang berkarakter nilai-nilai pesantren tapi menguasai ilmu-ilmu modern selaras dengan perkembangan zaman. Menurut Nihwan pesantren modern lebih berupaya menata structural manajemen organisasi Lembaga Pendidikan dengan baik dari lingkup guru maupun di lingkup murid⁵. Pesantren Modern lebih bisa merepresentasikan Lembaga Pendidikan yang bisa terintegrasi dengan perkembangan teknologi. Ketiga *Pesantren Konvergensi Salaf dan Khalaf* yaitu dalam hal ini lebih mengkonvergensi hal-hal yang menjadi kelemahan dari segi pesantren Salaf maupun Khalaf⁶.

Upaya dalam menghasilkan generasi yang memiliki intelektual yang berkualitas pondok pesantren tidak luput dari berbagai macam hambatan yang harus

⁴ Abd A'la, Hindun Anisah, Abdul Aziz, Abdul Muhaimin 2021, *Praxis Pembelajaran Pesantren*, Yogyakarta, Institute for training and development,

⁵ Nihwan and Paisun, "*Tipologi Pesantren (Mengkaji Sistem Salaf Dan Modern)*."

⁶ Nihwan and Paisun.

dihadapinya. Dalam mengembleng para santri yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda dan memiliki budaya yang berbeda-beda menjadi tantangan bagi pondok pesantren untuk bisa mendidik para santri sesuai dengan zamannya. Pondok pesantren tidak jarang diterpa dengan isu-isu yang kurang baik, seperti pembullying, senioritas, dan permasalahan-permasalahan lainnya yang sering dihadapi. Sehingga orang tua saat ini sangatlah serius dalam memilih Lembaga Pendidikan untuk putra-putrinya, sering kali orang tua dihadapkan rasa takut jika akan memasukkan putra-putrinya ke pondok pesantren diakibatkan oleh isu-isu yang kurang baik tersebut. Selain itu banyak dari para remaja yang takut kehilangan kebebasannya dirumah dengan menggunakan handphone tanpa dibatasi, pergaulan yang bebas tidak dibatasi, sampai kepada takut dipisahkan oleh kedua orang tuanya. Hal itu semua tersedia di pondok pesantren yang bertujuan membentuk akhlak yang mulia dengan diadakannya peraturan-peraturan yang jauh dari kebebasan seperti sebagaimana dirumah.

Dalam menghasilkan generasi yang berintelektual tinggi, sudah saatnya pondok pesantren bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman. Bahkan lebih dari itu pondok pesantren harus menjadi tokoh yang berpengaruh dalam mengarahkan kepada tujuan yang baik dalam menghadapi fenomena modern saat ini. Contoh dari fenomena modern saat ini adalah munculnya media sosial yang saat ini sangat digandrungi oleh semua kalangan, dari mulai balita hingga dewasa.

Pertumbuhan pengguna media sosial secara global pada tahun 2025 yang mencapai 5,24 miliar orang, naik 4% dari tahun sebelumnya, menunjukkan bahwa media sosial semakin menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat dunia.

Di Indonesia, fenomena ini tampak lebih menonjol dengan tingginya intensitas penggunaan: masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 188 menit atau sekitar 3 jam 8 menit per hari untuk mengakses media sosial, menjadikan Indonesia salah satu negara dengan durasi penggunaan tertinggi. Data ini menegaskan bahwa media sosial telah bertransformasi dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang multifungsi yang digunakan untuk berbagai aktivitas, seperti mengisi waktu luang (39%), membaca berita dan informasi (35%), menikmati konten artikel dan video (31%), hingga mengikuti isu-isu terkini yang sedang populer⁷.

Perubahan pola penggunaan ini juga mencerminkan pergeseran fungsi media sosial yang kini tidak hanya sebagai alat interaksi sosial, tetapi juga sebagai sumber pendapatan dan peluang ekonomi bagi banyak orang. Banyak individu memanfaatkan platform ini untuk berbisnis, membangun personal branding, hingga menjadi content creator yang menghasilkan pendapatan. Dengan demikian, besarnya peranan media sosial membuka peluang besar bagi masyarakat untuk memanfaatkannya secara positif, baik untuk pengembangan diri, peningkatan literasi digital, maupun sebagai sarana produktif yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Data ini menjadi refleksi penting bagi semua pihak agar mampu mengoptimalkan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab demi manfaat yang lebih luas⁸.

Public Indonesia menghabiskan 188 menit perhari di media sosial atau sekitar 3 jam 8 menit. Menurut data We Are Sosial, media sosial banyak digunakan

⁷ Agnes Z. Yonatan, *Indonesia Habiskan 188 Menit per hari Akses Media Sosial*. (diakses 3 Maret 2025) <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>

⁸ Agnes Z. Yonatan, *Indonesia Habiskan 188 Menit per hari Akses Media Sosial*. (diakses 3 Maret 2025) <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>

untuk mengisi waktu luang sebanyak (39%), membaca berita dan informasi (35%), membaca konten artikel dan video (31%), hingga untuk mengetahui isu-isu terkini yang populer. Dahulu media sosial hanya digunakan untuk berinteraksi dengan kerabat jauh saja. Akan tetapi saat ini bisa dijadikan sebagai sumber mata pencaharian seseorang. Pada data tersebut menunjukkan besarnya peranan media sosial memiliki peluang bagi seseorang untuk memanfaatkannya kearah yang positif⁹.

Kemudian, media sosial adalah salah satu platform media informasi yang menghasilkan adanya berbagai platform seperti Youtube, Tiktok, Facebook, Instagram dan lain sebagainya juga memiliki jumlah pengujung tertentu. Menurut We Are Sosial, Youtube adalah platform paling populer dengan jumlah 143 juta pengguna yaitu setara dengan 67,3% pengguna, disusul oleh Tiktok sebanyak 108 juta setara dengan 53,5% pengguna secara global.

Dalam artikelnya Pondok Pesantren Daar El-Qolam menyatakan bahwa Pada dunia pesantren media sosial bisa memiliki manfaat untuk digunakan yaitu bisa menjadi sarana dakwah digital, Pendidikan yang komprehensif seperti pelatihan-pelatihan dalam meningkatkan keterampilan teknologi, peningkatan akses informasi, bisa juga sebagai sarana pemasaran pondok pesantren yang bisa dipromosikan jauh ke khalayak ramai¹⁰. Pesantren bisa menjadi garda terdepan dalam mengatasi permasalahan-permasalahn yang sering terjadi di media sosial,

⁹ Agnes Z. Yonatan, *Indonesia Habiskan 188 Menit per hari Akses Media Sosial*. (diakses 3 Maret 2025) <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>

¹⁰ Sahrul Mauludi *Pesantren di Era Digital: Menyongsong Masa Depan dengan Teknologi*, Melalui Daar El-Qolam 3 <https://www.daarelqolam3.sch.id/news/pesantren-di-era-digital-menyongsong-masa-depan-dengan-teknologi/>

seperti informasi Hoax, sumber keilmuan yang tidak ada kejelasan dan lain sebagainya. Tanpa menghilangkan tradisi kepesantrenan yang melekat dari zaman dahulu kala.

Salah satu hal bahwa media sosial bisa menjadi sarana dakwah digital yaitu Dalam hal ini juga Al-Qur'an sudah memprediksi akan hadirnya media sosial saat ini, walaupun ayat ini tidak secara eksplisit dijelaskan apa itu media sosial, akan tetapi media sosial disebut sebagai sarana informasi dalam surat Al-Hujurat ayat 6, Allah SWT. Berfirman :

“wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu (6:49)”¹¹.

Pada ayat ini Allah telah memberikan arahan kepada kita semua agar bisa menyerap dari berbagai informasi yang datang agar bisa diteliti atau dikaji lebih mendalam. Karena pada realitanya saat ini arus informasi yang begitu cepat sehingga banyak yang menyerap informasi secara mentah-mentah tanpa mencari lebih dalam sumber informasi tersebut. Sehingga hal ini bisa membawa kepada kefasiqan seseorang yang merasa sudah mengetahui suatu hal akan tetapi tidak mengetahui secara gamblang dari mana sumber informasi itu berasal. Hal ini lah yang bisa menjadi pengantar bagi pondok pesantren yang bisa memanfaatkan sarana media sosial dengan bisa menjadi tokoh yang andil dalam memberikan informasi yang jelas sumbernya.

¹¹ Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa dampak yang signifikan dalam strategi komunikasi dan promosi Lembaga Pendidikan, termasuk pondok pesantren¹². Di era digital ini media sosial menjadi sarana utama untuk memperkenalkan profil, program, dan aktivitas pesantren kepada Masyarakat luas, calon santri, dan orang tua¹³. Pemanfaatan media sosial secara optimal dapat meningkatkan branding pondok pesantren di Tengah persaingan Lembaga Pendidikan yang semakin ketat¹⁴.

Pondok pesantren, selama ini dikenal sebagai Lembaga Pendidikan berbasis tradisional. Saat ini dituntut untuk bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman agar tetap relevan dan diminati. Akan tetapi pondok pesantren adalah Lembaga Pendidikan yang sangat banyak kegiatan didalamnya sehingga tidak cukup waktu untuk bisa mempelajari lebih mendalam terkait pemasaran di media sosial. Perlu adanya tim khusus dalam mengelola ini agar bisa lebih efektif dan efisien dalam pengerjaannya. Karena tidak memungkinkan jika pondok pesantren memperbolehkan para santrinya untuk membawa alat teknologi seperti Handphone untuk bisa melakukan pemasaran pondok pesantren. Hal itu sangat bertentangan dengan prinsip pondok pesantren yang ingin membentuk akhlak santri dengan konsentrasi yang penuh. Salah satu strategi yang banyak diadopsi adalah

¹² F. Cendikia et al 2023., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digitalisasi Informasi Dan Branding Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Bayum, Sawala": *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat* 4, no. 1 : 24–32, <https://jurnal.unpad.ac.id/sawala/article/view/44514/pdf>.

¹³ Irfan Maulana et al. 2022, "Strategi Digital Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadiin", *Jurnal PERKUSI* 2, no. April : 169–78, <http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i2.19598>.

¹⁴ Anggi Fitriani et al.2024, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mengoptimalkan School" 2, no. 2 : 305–10. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis>

membentuk tim media khusus yang bertugas mengelola, merancang, dan mempublikasikan konten kreatif di berbagai platform digital seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube. Tim media ini berperan dalam membangun citra positif, memperluas informasi, serta meningkatkan angangement dengan Masyarakat¹⁵.

Penelitian terdahulu menunjukkan pengelolaan media sosial yang terorganisir dan professional dapat meningkatkan jumlah pendaftar, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat kepercayaan public terhadap kualitas Pendidikan yang ditawarkan pesantren¹⁶. Konten visual yang menarik, dokumentasi kegiatan, prestasi santri, serta testimoni alumni hal utama yang mampu membangun *brand image* pesantren di Masyarakat.

Pondok pesantren juga harus bisa menyediakan fasilitas yang cukup memadai demi menghasilkan konten yang menarik secara visual. Selain dari pada penyediaan fasilitas, pondok pesantren memiliki tanggung jawab dalam menghasilkan kualitas dengan menyediakan pelatihan-pelatihan, kunjungan, observasi dll. Yang dapat menunjang kemampuan tim media dalam menghasilkan konten sehingga bisa mencapai tujuan dengan baik.

Media sosial juga digunakan sebagai sarana membangun branding atau citra merek sebuah produk atau dalam hal ini sebuah jasa penawaran Pendidikan kepada Masyarakat luas. Pondok pesantren bisa memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarluaskan informasi mengenai program-program pesantren, prestasi santri,

¹⁵Irfan Maulana et al. 2022, "*Strategi Digital Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadiin*", *Jurnal PERKUSI 2*, no. April : 169–78, <http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i2.19598>.

¹⁶ Maulana et al.,

dan kegiatan lainnya. Ini termasuk penggunaan konten visual yang interaktif untuk menarik audiens, selanjutnya adalah kolaborasi dengan stakeholder dalam membangun jaringan dengan orang tua, alumni, dan Masyarakat juga merupakan bagian dari strategi branding yang harus dikelola oleh pondok pesantren.

Selain dari pada pemanfaatannya media sosial yang sering disebut sebagai pisau bermata dua yang memiliki dampak negative dalam penggunaannya hal ini bagi pondok pesantren, semula pondok pesantren yang memiliki prinsip yang jauh dari pada budaya ikut-ikutan bisa teralihkan okus dan prinsip bahwa pondok pesantren bisa terlihat menjunjung tinggi hal-hal keduniawian atau selalu berfokus kepada benefit. Sebenarnya hal ini bisa ditanggulangi dengan bagaimana pondok pesantren Menyusun strategi dan tujuan secara matang dengan tidak menghilangkan prinsip dan visi dari pesantren tersebut.

Media sosial bisa digunakan sebagai sarana informasi bagi wali santri yang ingin melihat bagaimana pengajaran, kegiatan dan tujuan pondok pesantren tersebut di bentuk walaupun hanya melalui media sosial. Karena saat ini banyak isu kurang baik yang beredar di Masyarakat mengenai pondok pesantren, seperti isu bullying, kekerasan fisik hingga pelecehan seksual yang terjadi saat ini disebabkan oleh media sosial yang menjadi sarana penyebaran berita, baik itu berita baik atau berita buruk sekalipun. Karena ada media sosial perilaku-perilaku oknum pondok pesantren bisa terlihat dengan jelas, contoh seperti pada tahun 2022 terjadi pada pondok pesantren besar dan ternama yaitu pondok Pesantren Al-Zaytun Indramayu yang berhasil menarik perhatian Masyarakat dari sisi pengajaran yang menurut Masyarakat melenceng. Hal itu menimbulkan kemarahan Masyarakat menuntut

apparat untuk bisa mengusut tuntas kasus tersebut sehingga sampai kepada pimpinanya yang terjerat hukum. Padahal Pondok Pesantren tersebut sudah ada sejak lama akan tetapi isunya baru tersebar tahun 2022 disebabkan oleh Masyarakat yang mengungkapkannya di media sosial.

Maka dari itu bisa diasumsikan bahwa tidak semua pondok pesantren mau memulai untuk ikut arus saat ini dalam menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah, karena bisa jadi ada beberapa oknum pondok pesantren yang memiliki rasa takut akan prinsip pengajaran yang selama ini tidak transparansi dengan wali santri jadi terungkap. Media sosial bisa memulihkan kepercayaan Masyarakat terkait isu-isu criminal tersebut dengan secara langsung bisa menginformasikan keadaan putra/putrinya di pesantren dan secara langsung bisa menyampaikan kepada Masyarakat bahwa tidak bisa dipukul rata semua pondok pesantren memiliki permasalahan tersebut. Bisa juga menjadi sarana bagi Masyarakat agar lebih selektif memilih pondok pesantren yang tepat bagi putra/putrinya.

Salah satu contoh untuk menjadi perbandingan dan tauladan adalah pondok pesantren Daarussalam Gontor yang sudah memiliki segudang prestasi bahkan menjadi pusat Pendidikan Islam yang modern. Pesantren Gontor Pusat berhasil menjadi pesantren yang sangat terkenal di Indonesia, meskipun para santrinya hidup jauh dari teknologi modern, memiliki santri yang jumlahnya sangat banyak hingga menjadi kiblat kurikulum Pendidikan Islam modern di Indonesia¹⁷.

¹⁷ Najmah Zahiroh 2020, "Pergolakan Santri Pondok Pesantren Modern Daarussalam Gontor 1965-1967," *Journal Pendidikan Sejarah* 9, no. 2 : 10.

Dengan cirikhas kurikulum yang didirikannya pada tahun 1936 yang Bernama Kulliyatu-I-Muallimin Al-Islamiyah berhasil membuat pondok pesantren Gontor Konsisten dengan system Pendidikan yang terstruktur. Gontor yang dikatakan sebagai kiblat Lembaga Pendidikan Islam modern berbasis pondok pesantren yang sudah terkenal hingga memiliki banyak alumni yang tersebar diseluruh Indonesia bahkan banyak alumninya yang menjadi sosok berpengaruh di negeri ini, dalam pesatnya teknologi saat ini pun gontor masih tetap konsisten dengan terorganisirnya Lembaga Pendidikan, tetap kuat teguh pendirian dalam prinsipnya yang melakukan pembatasan terhadap teknologi, namun apa yang membuat gontor memiliki branding yang kuat hingga saat ini, yaitu terdapat pada konsistensi kaderisasi yang dikelola dengan sangat baik¹⁸.

Gontor menanamkan nilai kemandirian dan kepercayaan diri melalui pola Pendidikan yang menekankan keteladanan, pembiasaan, kedisiplinan, serta aktif santri dalam berbagai kegiatan seperti intrakurikuler, ekstrakurikuler kokurikuler. Pola ini menghasilkan santri yang berkarakterkuat, mandiri, dan percaya diri sehingga alumni Gontor dikenal luas di Masyarakat dan dipercaya untuk memimpin berbagai Lembaga Pendidikan¹⁹.

Meskipun penting, hal ini pun tidak luput dari tantangan dan cobaan yang dihadapi pondok pesantren dalam beradaptasi dengan fenomena modern saat ini. Tidak sedikit pondok pesantren yang memiliki kekhawatiran dalam penggunaan

¹⁸ Cinta Rahmi & Deden Mauli Darajat 2023 “Kualitas Pendidikan Pondok Modern” XI, no. September : 364–401.

¹⁹ Najmah Zahiroh 2020, “Pergolakan Santri Pondok Pesantren Modern Darussalam Gontor 1965-1967,” *Journal Pendidikan Sejarah* 9, no. 2 : 10.

teknologi ini dapat menggerus nilai-nilai tradisional yang terjaga selama ini, sebab ada kekhawatiran hal ini akan mengubah cara belajar dan interaksi di pesantren yang berfokus pada metode konvensional. Selain itu banyak pesantren terutama yang berada di daerah terpencil tidak memiliki akses internet sehingga hal ini dapat membatasi ruang dalam meningkatkan keterampilan. Kemudian, tidak semua guru di pesantren memiliki kemampuan digital yang mumpuni, sehingga bisa menjadi kendala karena tidak memiliki sprit yang khusus dalam mempelajarinya.

Peneliti tertarik untuk meneliti objek/tempat yang akan diteliti yaitu Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami disebut dengan PM. UQI. Pondok pesantren ini masuk kepada tipologi pondok pesantren Khalaf atau modern sebagaimana penulis jelaskan diatas. Pondok pesantren ini juga memiliki kesamaan seperti pondok pesantren Darussalam gontor yang membatasi ruang Gerak para santri untuk meggunakan media sosial yang memiliki tantangan bagaimana agar pondok pesantren ini bisa dikenal oleh Masyarakat luas. Menurut Pimpinan pesantren Sebelum menggunakan media sosial pondok pesantren ini walaupun banyak jumlah muridnya akan tetapi belum terlalu dikenal Masyarakat hanya dari alumni ke alumni.

Menurut Pimpinan pesantren disana niat ini berangkat dari pada perkembangan teknologi yang begitu massif membuat banyak para orang tua lebih hati-hati dalam memilih Pendidikan bagi putra-putrinya membuat pondok pesantren di Indonesia memunculkan taringnya untuk bisa memperkenalkan tentang kelebihan pondok pesantrennya masing-masing agar bisa menciptakan

tersendiri bagi Masyarakat. Hal ini menjadi perhatian yang khusus bagi PM. UQI untuk bisa ikut bersaing dengan Lembaga Pendidikan lainnya.

Selain itu juga ditengah pergolakan ekonomi Masyarakat yang bisa jadi pengaruh pemilihan Lembaga Pendidikan bagi putra-putrinya untuk memilih jalan alternatif yang mudah seperti masuk ke sekolah negeri yang memang secara biaya ditanggung oleh negara. Sedangkan pondok pesantren ini memiliki jumlah biaya kebutuhan masuk yang cukup tinggi. Sehingga memicu PM. Uqi untuk terus bisa menarik perhatian Masyarakat agar bisa terus mempertahankan kuantitas santri.

Hal ini dibuktikan langsung Ketika peneliti mendatangi beberapa para santri baru untuk bermaksud menanyakan terkait informasi dari mana yang kalian dapatkan tentang pondok ini. Sebagian besar dari mereka mendapatkan informasi berasal dari alumni, tetangga atau kaka kelas. Dimana hal itu menunjukkan bahwa belum tentu penggunaan media sosial bisa menjadi sarana alternatif paling menguntungkan untuk memperkenalkan pondok pesantren. Pada akhirnya pondok pesantren ini membentuk tim media yang disebut dengan UQI TV dipercaya dapat bisa meningkatkan dan memperbaiki persepek dimasa yang akan datang. Dalam hal ini UQI TV memegang penuh pengelolaan media sosial PM. UQI yaitu platform seperti Instagram, Tiktok, Website, Youtube dan Facebook.

Dalam era digital seperti sekarang, media sosial menjadi salah satu alat komunikasi dan promosi yang sangat efektif bagi berbagai institusi termasuk lembaga pendidikan seperti pesantren. Untuk dapat memaksimalkan potensi media sosial dalam membangun branding keberadaan tim media sosial yang profesional dan terampil merupakan faktor yang sangat krusial. Namun, realita di lapangan

seringkali menunjukkan adanya keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi memadai dalam mengelola media sosial secara efektif.

Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami, seperti banyak lembaga sejenis lainnya, menghadapi tantangan dalam mengisi posisi tim media sosial dengan tenaga yang memahami dinamika platform digital, teknik komunikasi pemasaran digital, hingga kemampuan kreatif dalam menghasilkan konten yang menarik dan tepat sasaran. Keterbatasan ini berdampak pada kualitas komunikasi dan branding pesantren di dunia maya, di mana konten yang dihasilkan bisa jadi kurang inovatif, tidak konsisten, atau kurang interaktif dengan audiens.

Menurut literatur branding digital, konsistensi dalam penyampaian identitas adalah kunci utama untuk membangun reputasi dan loyalitas audiens. Dalam konteks pesantren, konsistensi tersebut semakin penting mengingat kompleksitas nilai keagamaan dan modernitas yang harus disampaikan secara seimbang. Oleh karena itu, permasalahan kesulitan menyampaikan identitas pesantren secara konsisten di media sosial menjadi isu strategis yang harus diatasi agar pesantren tidak hanya dikenal tetapi juga mampu bersaing dan berkembang dalam ekosistem pendidikan digital saat ini.

Namun demikian, Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami, menghadapi tantangan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi konten yang terorganisir. Kurangnya perencanaan konten yang matang mengakibatkan materi yang dipublikasikan sering bersifat sporadis, tidak konsisten, dan kurang memenuhi kebutuhan audiens secara optimal. Kondisi ini menimbulkan beberapa dampak negatif, antara lain rendahnya interaksi pengguna terhadap konten yang diunggah,

ketidakjelasan pesan yang ingin disampaikan, serta berkurangnya media sosial sebagai alat promosi dan branding pesantren.

Lebih jauh, tanpa adanya strategi yang terstruktur, proses pengelolaan media sosial menjadi kurang efisien karena tidak adanya kalender konten yang terjadwal, pengalokasian sumber daya yang tidak tepat sasaran, serta kesulitan dalam mengevaluasi dan mengukur efektivitas setiap konten yang dipublikasikan. Hal ini memperlemah posisi pesantren dalam bersaing dengan institusi pendidikan lain yang sudah lebih dulu mengoptimalkan media sosial secara profesional dan sistematis.

Kondisi ini menuntut pesantren untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang kreatif dan efektif melalui peran vital tim media sosial. Tim ini harus mampu mengelola konten secara konsisten dan adaptif, memanfaatkan data analitik untuk memahami preferensi audiens, serta membangun citra pesantren yang kuat dan berbeda. Dengan demikian, meskipun berada dalam persaingan ketat dengan lembaga pendidikan lain, pesantren dapat mempertahankan eksistensi sekaligus meningkatkannya di kalangan masyarakat modern yang sangat digital-savvy. Persaingan ini sekaligus menjadi motivasi bagi pesantren untuk terus berinovasi dan bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi, agar tidak hanya bertahan, tetapi juga menjadi pilihan utama di tengah maraknya lembaga pendidikan yang berlomba-lomba membangun branding di era digital.

Namun, efektivitas media sosial dalam meningkatkan branding tidak hanya bergantung pada konten yang dibuat, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh algoritma yang digunakan oleh platform-platform tersebut seperti Instagram, Facebook, dan

YouTube. Algoritma media sosial adalah serangkaian aturan dan proses otomatis yang menentukan konten mana yang muncul dan mendapat prioritas pada feed pengguna.

Dinamika algoritma media sosial sangat kompleks dan terus berkembang seiring waktu. Platform media sosial secara rutin melakukan pembaruan algoritma untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta menyesuaikan dengan tren digital terbaru dan kebijakan internal mereka. Perubahan ini bisa mencakup bagaimana konten diprioritaskan berdasarkan interaksi pengguna, relevansi, waktu unggahan, jenis konten, dan faktor-faktor lain seperti durasi tontonan video, komentar, dan berbagi konten.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang terjadi pada pengelolaan media sosial yang belum maksimal, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor utama penyebabnya adalah peran tim media sosial yang belum memiliki standar kerja yang jelas. Ketidakjelasan dalam standar kerja ini mengakibatkan kurangnya pedoman dan acuan yang terstruktur bagi tim dalam menjalankan tugasnya, sehingga berdampak pada inkonsistensi dalam produksi konten.

Konsistensi produksi konten yang belum sesuai dengan ekspektasi menjadi masalah krusial karena konten yang dihasilkan tidak mampu membangun citra dan branding pesantren secara optimal. Konten yang tidak konsisten dalam hal kualitas, frekuensi, maupun kesesuaian dengan nilai pesantren menyebabkan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens menjadi kurang efektif dan kurang berdampak.

Situasi ini berpengaruh langsung terhadap kondisi branding media sosial saat ini, di mana dan reputasi pesantren belum dapat berkembang secara maksimal

di ranah digital. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang tidak didukung oleh standar kerja tim yang jelas dan konsistensi konten yang terjaga menjadi tantangan signifikan yang harus diatasi. Optimalisasi peran tim media sosial, penyusunan standar kerja yang komprehensif, serta perencanaan konten yang baik merupakan langkah strategis yang perlu segera diterapkan agar branding pesantren dapat tumbuh secara berkelanjutan dan efektif menarik perhatian audiens sasaran. Penelitian ini penting untuk ditelaah secara mendalam bagaimana peran tim media pondok pesantren dalam meningkatkan branding melalui media sosial, serta kendala yang dihadapi oleh tim media dalam meningkatkan Branding yang menghasilkan sebuah dampak terhadap Branding tersebut. Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan Judul ***“Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pondok Pesantren Modern Al-Islami Bogor Jawa Barat”***

B. Fokus Penelitian

Mengingat luasnya bahasan pada latar belakang maka peneliti memfokuskan pada beberapa hal yang akan diteliti, yaitu :

1. Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat
2. Kendala Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

3. Dampak pengelolaan Branding yang dilakukan Tim Media Pondok Pesantren pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat ?
2. Apa Kenadala Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat ?
3. Bagaimana Dampak pengelolaan Branding yang dilakukan Tim Media Pondok Pesantren pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat ?

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat
2. Untuk Mengetahui Kenadala Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

3. Untuk Dampak pengelolaan Branding yang dilakukan Tim Media Pondok Pesantren pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan tentang manajemen pendidikan khususna lembaga pondok pesantren, sekaligus tambahan referensi pengetahuan mahasiswa
- b. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi akademisi dan perguruan tinggi, ang dapa dijadikan bahan kajian awal untuk mendorong adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam

2. Kegunaan praktis

- a. Penelitian tesis ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi lembaga maupun manajerial unuk dapa merumuskan manajemen pendidikan yang lebih relevan dengan situasi dan kondisi
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapa berguna bagi para praktisi pendidikan dalam upaya peningkatan manajemen pendidikan sehingga kualitas pondok pesantren di indonesia semakin meningkat
- c. Sebagai bahan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dalam memajukan lembaga pondok pesantren di Indonesia