



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Peran Kiai

#### 1. Definisi Kiai

Kiai merupakan istilah yang khas dalam konteks pendidikan Islam di Indonesia, terutama dalam lingkungan pesantren. Secara umum, kiai dipahami sebagai pemimpin spiritual dan pengasuh pesantren yang memiliki otoritas keagamaan serta menjadi panutan masyarakat.<sup>17</sup>

Secara etimologis, istilah kiai berasal dari bahasa Jawa yang pada mulanya digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang dimuliakan atau dihormati, seperti pusaka atau tokoh yang dianggap sakral. Seiring perkembangan waktu, istilah ini melekat pada figur ulama yang memiliki pengaruh dan dihormati dalam masyarakat, terutama yang mengasuh pesantren. Dalam konteks ini, kiai menjadi simbol otoritas keilmuan sekaligus spiritualitas Islam yang kuat, khususnya dalam ranah pendidikan non-formal berbasis pesantren. Seorang kiai bukan hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai figur sentral yang dihormati karena keluasan ilmunya, keteladanan akhlaknya, dan kewibawaannya dalam membina umat. Eksistensi kiai tidak hanya terbatas pada ruang lingkup pendidikan formal, melainkan

---

<sup>17</sup>Anita Anita et al., “Pesantren, Kepemimpinan Kiai, Dan Ajaran Tarekat Sebagai Potret Dinamika Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia,” *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme* 4, no. 3 (2023): 509–524.



mencakup kepemimpinan sosial dan kultural yang sangat berpengaruh dalam komunitas muslim tradisional di Indonesia.<sup>18</sup>

Dalam struktur pesantren, kiai merupakan figur sentral yang tidak hanya mengatur manajemen pendidikan, tetapi juga menentukan arah ideologi, kurikulum, dan hubungan sosial pesantren dengan masyarakat luas. Kedudukan kiai sangat kuat karena keberadaannya sering kali menjadi magnet utama bagi santri dan wali santri. Banyak pesantren yang dikenal bukan karena nama lembaganya, tetapi karena figur kiai-nya yang karismatik dan dikenal luas, baik secara lokal maupun nasional. Hal ini menunjukkan bahwa otoritas kiai sangat berperan dalam menentukan eksistensi dan keberlanjutan lembaga pesantren.<sup>19</sup>

Kiai dalam konteks Islam di Indonesia memiliki peran sentral dalam kehidupan masyarakat, khususnya di lingkungan pesantren. Kiai bukan sekadar pemimpin agama, tetapi juga pemimpin sosial yang berperan dalam berbagai aspek kehidupan umat. Menurut Zamakhsyari Dhofier, kiai adalah tokoh yang memiliki keilmuan mendalam dalam bidang agama Islam dan menjadi pengasuh pesantren, di mana ia

---

<sup>18</sup>Dudit Ruhdiyanto et al., “Peran Kiai Dalam Pembinaan Akhlak Santri Di Pondok Pesantren Pagelaran III,” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 3 (2024): 2638–2644.

<sup>19</sup>Mohammad Muchlis Solichin, “INTERRELATION KIAI AUTHORITIES, CURRICULUM AND LEARNING CULTURE IN PESANTREN INDONESIA,” *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society* 5, no. 1 (2018): 86–100.

mendidik santri-santrinya dengan ilmu keislaman klasik serta membimbing masyarakat sekitar dalam aspek keagamaan dan sosial.<sup>20</sup>

## 2. Kepemimpinan Kiai

### a. Pengertian Kepemimpinan

Secara etimologis, kepemimpinan berasal dari kata dasar "pimpin", yang berarti membimbing, mengarahkan, atau menuntun. Dalam bahasa Inggris, istilah kepemimpinan disebut leadership, yang berasal dari kata lead yang berarti memimpin, membimbing atau menunjukkan jalan. Kepemimpinan berarti kemampuan untuk mempengaruhi, membimbing, mengarahkan, dan menggerakkan orang lain ke arah pencapaian tujuan tertentu.<sup>21</sup>

Keith Davis mendefinisikan kepemimpinan sebagai "*the ability to persuade others to seek defined objectives enthusiastically*" (kemampuan untuk membujuk orang lain agar dengan antusias mengejar tujuan yang telah ditetapkan).<sup>22</sup> Definisi ini menegaskan bahwa seorang pemimpin tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga mampu menanamkan semangat dan motivasi kepada para pengikutnya dalam mencapai tujuan bersama.

Sedangkan menurut Kartini Kartono, kepemimpinan adalah kemampuan dan kesiapan seseorang untuk memengaruhi,

---

<sup>20</sup>Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai* (Jakarta: LP3ES, 2011), 124-125.

<sup>21</sup>Nur Fazillah, "Konsep Kepemimpinan Pendidikan Islam," *INTELEKTUALITA: Journal of Education Sciences and Teacher Training* 12, no. 1 (2023): 172-174.

<sup>22</sup>Keith Davis, *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*, 5th Ed. (New York: McGraw-Hill, 1977), 205.



mengarahkan, membimbing, dan menggerakkan orang lain agar mau bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>23</sup>

Dalam Islam kepemimpinan sering disebut "Imamah", adalah konsep penting yang menekankan tanggung jawab untuk memimpin dan mengarahkan masyarakat ke arah kebaikan. Konsep ini tidak hanya terbatas pada pemimpin politik, tetapi juga setiap individu yang bertanggung jawab atas diri sendiri, keluarga, dan lingkungan sosialnya. Pemimpin dalam Islam diharapkan memiliki sifat-sifat seperti *Siddiq* (benar), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabligh* (menyampaikan), dan *Fathonah* (cerdas), serta memiliki visi yang jelas untuk membawa kemajuan.<sup>24</sup>

Beberapa ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang kepemimpinan diantaranya disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 30 yang berbunyi:<sup>25</sup>

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا  
وَيَسْفِكُ الدَّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي آعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah<sup>13</sup> di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

<sup>23</sup>Kartini Kartono, *Pemimpin Dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu?*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 33.

<sup>24</sup>Muhammad Olifiansyah et al., “Kepemimpinan Dalam Perspektif Islam,” *At-Tajdid : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 4, no. 01 (2020): 102.

<sup>25</sup>Alquran, 2 (Al-Baqarah), 30.



Dalam Al-Qur'an, kata khalīfah memiliki makna 'pengganti', 'pemimpin', 'penguasa', atau 'pengelola alam semesta'.

Ayat tersebut memberikan gambaran tentang rencana ilahiah Allah SWT yang menetapkan manusia sebagai khalifah di muka bumi. Peran khalifah ini bukan sekadar jabatan simbolik, melainkan suatu amanah besar yang mengandung tanggung jawab moral, spiritual, dan sosial. Namun demikian, dalam narasi ayat tersebut, dijelaskan pula bahwa para malaikat menyampaikan kekhawatiran mereka terhadap potensi negatif dari keberadaan manusia. Kekhawatiran tersebut berkaitan dengan kemungkinan manusia melakukan kerusakan di muka bumi dan menumpahkan darah, sebagaimana yang telah dilakukan oleh makhluk-makhluk lain yang sebelumnya menghuni bumi sebelum kehadiran manusia.<sup>26</sup> Pernyataan para malaikat ini menunjukkan bahwa peran manusia sebagai khalifah tidak datang tanpa risiko, dan memerlukan pertimbangan serta kesadaran etis yang tinggi dalam pelaksanaannya.

Kendati demikian, Allah SWT tidak menciptakan manusia dan menetapkannya sebagai khalifah tanpa maksud dan tujuan yang mendalam. Dalam perspektif teologis, setiap ciptaan Allah pasti mengandung hikmah yang besar, termasuk penciptaan



manusia dengan segala potensi dan kemampuan yang melekat padanya. Allah telah membekali manusia dengan seperangkat potensi internal seperti akal, hati nurani, kehendak bebas, dan kemampuan untuk belajar serta berkembang. Semua potensi tersebut diberikan agar manusia mampu menjalankan amanah kekhilafahan secara bertanggung jawab.<sup>27</sup> Potensi-potensi ini merupakan sarana bagi manusia untuk mengelola kehidupan di bumi dengan bijaksana, adil, dan selaras dengan nilai-nilai keadilan serta keberlanjutan.

Dengan demikian, peran manusia sebagai khalifah di bumi tidak hanya terbatas pada dimensi spiritual, tetapi juga mencakup tanggung jawab ekologis dan sosial. Manusia diharapkan mampu menjaga keteraturan alam semesta, melestarikan lingkungan hidup, serta menghindari tindakan-tindakan destruktif yang dapat mengancam keseimbangan ekosistem. Dalam konteks ini, perilaku manusia terhadap lingkungan menjadi indikator penting dalam keberhasilan pelaksanaan peran kekhilafahan. Oleh karena itu, sangat penting bagi manusia untuk mengembangkan kesadaran ekologis yang diwujudkan melalui perilaku ramah lingkungan dan

---

<sup>26</sup>Rusmanto, “Konsep Al-Qur’ān Tentang Kualitas Hidup Manusia Sebagai Seorang Khalifah Dan Maslahatnya Terhadap Makhluk Lainnya Rusmanto,” *Jurnal Studi Al-Qur’ān Membangun Tradisi Berfikir Qur’āni* 17, no. 1 (2021): 93–110.

<sup>27</sup>Ida Umami, “Hakekat Penciptaan Manusia Dan Pengembangan Dimensi Kemanusian Serta Urgensinya Terhadap Pengembangan Dan Kelestarian Lingkungan Dalam Prespektif Al-Quran,” *Akademika* 19, no. desember (2014): 344–360.



upaya pelestarian alam secara berkelanjutan.<sup>28</sup> Kesadaran ini merupakan bentuk aktualisasi dari nilai-nilai keimanan dan amanah yang diemban oleh manusia sebagai wakil Allah di bumi.

Di ayat lain dalam surat Al-Baqarah ayat 124, disebutkan:<sup>29</sup>

وَإِذْ أَبْتَلَ إِبْرَاهِيمَ رَبُّهُ بِكَلِمَتٍ فَأَتَمَهُنَّ قَالَ إِنِّي جَاعِلُكَ لِلنَّاسِ إِمَامًا قَالَ وَمَنْ ذُرِّيَّتِهُ قَالَ لَا يَنَالُ عَهْدِي الظَّلِيمُونَ

(Ingatlah) ketika Ibrahim diuji Tuhananya dengan beberapa kalimat, lalu dia melaksanakannya dengan sempurna. Dia (Allah) berfirman, “Sesungguhnya Aku menjadikan engkau sebagai pemimpin bagi seluruh manusia.” Dia (Ibrahim) berkata, “(Aku mohon juga) dari sebagian keturunanku.” Allah berfirman, “(Doamu Aku kabulkan, tetapi) janji-Ku tidak berlaku bagi orang-orang zalim.”

Surah Al-Baqarah ayat 124 tersebut memberikan penekanan yang kuat terhadap urgensi dan kedudukan strategis seorang pemimpin dalam struktur kehidupan bermasyarakat. Dalam ayat tersebut, Allah SWT menjelaskan bahwa kepemimpinan bukanlah sebuah posisi yang sembarangan, melainkan sebuah amanah ilahiah yang sangat besar dan penuh tanggung jawab. Ayat ini mencerminkan betapa kepemimpinan merupakan suatu peran yang sakral dan bernilai tinggi, karena mengandung misi untuk mewujudkan kesejahteraan, keadilan, dan keteraturan sosial dalam komunitas umat manusia. Kepemimpinan dalam konteks ini diposisikan sebagai perangkat penting dalam

---

<sup>28</sup>Ulin Niam Masruri, “Pelestarian Lingkungan Dalam Perspektif Sunnah,” *Jurnal At-Taqaddum* 6, no. 2 (2014): 411–428.

<sup>29</sup>Alquran, 2 (Al-Baqarah), 124.



mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat yang harmonis, bermoral, dan terarah menuju kebaikan kolektif.<sup>30</sup>

Secara etimologis, istilah imam yang terdapat dalam ayat tersebut berasal dari akar kata ya'ummu, yang memiliki makna dasar seperti "menuju", "menumpu", atau "meneladani". Makna-makna ini merefleksikan peran penting seorang pemimpin yang tidak hanya menjadi pengarah dalam perjalanan hidup masyarakat, tetapi juga menjadi tumpuan harapan dan sosok yang dijadikan panutan dalam perilaku dan kebijakan. Berdasarkan Kamus Al-Munawwir, kata imam diterjemahkan ke dalam beberapa pengertian, seperti "pemimpin", "orang yang diikuti", "komandan pasukan", atau bahkan "khalifah". Semua definisi tersebut menegaskan bahwa seorang pemimpin sejatinya menempati posisi sentral dalam dinamika sosial masyarakat; ia bukan hanya bertindak sebagai pengatur arah dan pembuat keputusan, tetapi juga sebagai simbol moral yang merepresentasikan nilai-nilai luhur yang dipegang teguh oleh komunitas yang dipimpinnya.<sup>31</sup>

Implikasinya, seorang pemimpin dituntut untuk memiliki integritas, keadilan, dan keteladanan yang tinggi. Ia menjadi figur yang tak hanya memimpin secara administratif atau struktural, tetapi juga secara spiritual dan etis. Masyarakat menaruh harapan

---

<sup>30</sup>Suharnia Wati et al., “Pemimpin Ideal Dalam Cahaya Al Qur’ an,” *Akhlik: Jurnal Pendidikan Agama Islam Dan Filsafat* 2 (2025): 287–298.

<sup>31</sup>Muhammad Zulkarnain Mubhar, “Konsep Imâm Dalam Al-Qur’ an,” *Jurnal Al Mubarak* 4, no. 20 (2019): 17–41.



besar kepada sosok pemimpin, menjadikannya titik tumpu dalam menyelesaikan permasalahan bersama dan rujukan dalam menentukan arah kehidupan bersama. Dalam konteks inilah kepemimpinan harus dipahami sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan, baik di hadapan manusia maupun di hadapan Allah SWT. Oleh karena itu, pemimpin ideal dalam pandangan Islam adalah mereka yang mampu menyatukan kekuatan intelektual, spiritual, dan moral untuk membawa umat kepada kehidupan yang penuh keberkahan dan keberadaban.

Rasulullah Muhammad SAW bersabda dalam salah satu hadits yang diriwayatkan dalam kitab Shohih Bukhari 2278 yang berbunyi;

حدثنا أبو اليمان: أخبرنا شعيب، عن الزهرى قال: أَخْبَرَنِي سَالِمُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا : أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (كُلُّمَنْ رَاعٍ وَمَسْؤُلٌ عَنْ رَعِيَتِهِ، فَالإِلَامُ رَاعٌ وَهُوَ مَسْؤُلٌ عَنْ رَعِيَتِهِ، وَالرَّجُلُ فِي أَهْلِهِ رَاعٍ وَهُوَ مَسْؤُلٌ عَنْ رَعِيَتِهِ، وَالْمَرْأَةُ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا رَاعِيَةٌ، وَهِيَ مَسْؤُلَةٌ عَنْ رَعِيَتِهَا، وَالْخَادِمُ فِي مَالِ سَيِّدِهِ رَاعٍ وَهُوَ مَسْؤُلٌ عَنْ رَعِيَتِهِ).<sup>32</sup>

Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya. Seorang imam adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggungjawabannya dan demikian juga seorang pria

---

<sup>32</sup>Abu Abdillah Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, Shahih Al-Bukhari (Dar Ibn Katsir, hadits no. 2278).



adalah seorang pemimpin bagi keluarganya dan akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya.

Hadits ini menegaskan bahwa setiap individu, dalam kapasitas dan peran apapun, memiliki tanggung jawab kepemimpinan yang harus dijalankan dengan penuh kesadaran, integritas, dan amanah. Dalam perspektif ini, kepemimpinan tidak hanya bersifat struktural atau administratif, tetapi juga merupakan bagian dari amanah yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Amanah ini mencakup tugas untuk menjaga, membina, dan mengarahkan siapa pun yang berada dalam lingkup tanggung jawabnya menuju kebaikan, keadilan, dan kebenaran berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.<sup>33</sup> Oleh karena itu, seorang pemimpin dalam Islam bukan hanya bertugas memerintah, tetapi lebih dari itu, ia berkewajiban untuk menjadi pembimbing moral dan teladan dalam ketakwaan.

Tanggung jawab kepemimpinan ini meliputi berbagai aspek kehidupan, mulai dari kepemimpinan dalam skala besar seperti kepala negara, gubernur, atau pemimpin umat, hingga dalam lingkup yang lebih kecil seperti kepala keluarga, pemimpin lembaga pendidikan, atau bahkan kepemimpinan atas diri sendiri. Setiap individu akan dimintai pertanggungjawaban atas bagaimana ia menjalankan peran tersebut. Seorang pemimpin negara

---

<sup>33</sup>Daud Pane, "Kepemimpinan Dalam Perspektif Hadis," *Al-Murabbi Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2024): 374–390.



bertanggung jawab terhadap rakyatnya, seorang ayah terhadap keluarganya, seorang guru terhadap murid-muridnya, dan setiap manusia terhadap dirinya sendiri. Dengan kata lain, tidak ada seorang pun yang lepas dari fungsi kepemimpinan dalam kehidupannya.

Kepemimpinan dalam Islam juga menuntut kualitas-kualitas tertentu yang wajib dimiliki oleh seorang pemimpin. Seorang pemimpin harus memiliki ketahanan dalam menghadapi ujian dan tantangan, wawasan dan pengetahuan yang luas untuk mengambil keputusan yang bijak, kompetensi dalam mengelola urusan yang diembannya, serta integritas dan kepercayaan yang tinggi dari pihak yang dipimpinnya. Kepemimpinan yang sukses bukan hanya dilihat dari seberapa besar kekuasaannya, tetapi dari sejauh mana ia mampu membawa kebaikan dan kemaslahatan bagi umat.<sup>34</sup>

Islam juga mengenal beragam gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan secara kontekstual, seperti gaya demokratis yang partisipatif, gaya otoriter dalam kondisi yang menuntut ketegasan, dan gaya karismatik yang mengandalkan keteladanan pribadi pemimpin.<sup>35</sup> Namun demikian, apapun pendekatan yang

---

<sup>34</sup>Muhammad Randicha Hamandia, ‘Karakteristik Kepemimpinan Dalam Perspektif Islam’, *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 5 no 2, (2021): 73–94.

<sup>35</sup>Muh. Sulaiman Rifai Aprianus Mukin, Tobroni, and Abdul Haris, “GAYA DAN MODEL KLASIK KEPEMIMPINAN DALAM PENDIDIKAN ISLAM: DEMOKRATIS DAN OTORITER, KHARISMATIK DAN LAISSEZ-FAIRE,” *Jurnal CENDEKIA : Media Komunikasi Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Islam* 16, no. 02 (2024): 312–320.



digunakan, orientasi utama dari kepemimpinan dalam Islam adalah menciptakan kesejahteraan lahir dan batin bagi masyarakat yang dipimpinnya. Kepemimpinan bukanlah alat untuk mencari keuntungan pribadi atau memperkuat kekuasaan, melainkan sarana untuk menegakkan keadilan, mewujudkan nilai-nilai ilahiyah, dan membimbing umat menuju ridha Allah SWT.

Dengan demikian, konsep kepemimpinan dalam Islam adalah konsep yang integral, menyeluruh, dan sangat spiritual. Kepemimpinan bukan sekadar administrasi atau manajemen, tetapi juga merupakan bentuk ibadah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Hal ini menjadikan setiap Muslim harus senantiasa introspektif, berusaha memperbaiki diri, dan menunaikan amanah kepemimpinan dalam ruang lingkup apapun dengan penuh tanggung jawab, sebagaimana dijelaskan dalam hadits di atas. Pemimpin sejati dalam Islam adalah mereka yang tidak hanya sukses secara duniawi, tetapi juga mampu mempertanggungjawabkan amanahnya kelak di akhirat.

b. Ciri-ciri Kepemimpinan Kiai

Kepemimpinan kiai dalam dunia pesantren merupakan suatu bentuk kepemimpinan yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan model kepemimpinan lain, baik dalam konteks pendidikan maupun sosial-keagamaan. Keunikan tersebut tercermin dari kombinasi antara keteladanan moral, otoritas



spiritual, dan keterlibatan sosial yang sangat kuat. Dalam tradisi Islam Indonesia, khususnya di lingkungan pesantren, kiai bukan hanya berperan sebagai guru, melainkan juga sebagai pemimpin spiritual, tokoh masyarakat, bahkan simbol budaya dan identitas keislaman lokal. Oleh karena itu, model kepemimpinan yang dimiliki oleh kiai tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial budaya masyarakat di sekitarnya, serta dari sistem nilai agama Islam yang menjadi dasar utama dalam pola pikir dan tindakannya.

1) Karismatik: Kekuatan Pengaruh Melalui Keteladanan dan Kesalehan

Salah satu ciri utama dari kepemimpinan seorang kiai adalah sifatnya yang karismatik. Karisma kiai bukanlah semata-mata berasal dari jabatan struktural atau administratif, melainkan lebih kepada pengakuan moral dan spiritual dari masyarakat terhadap pribadi sang kiai. Karisma ini dibangun melalui proses panjang dalam kehidupan seorang kiai yang penuh disiplin spiritual, penguasaan ilmu agama yang mendalam, serta keteladanan akhlak yang konsisten. Seorang kiai dihormati bukan karena kekuasaan yang ia miliki, tetapi karena nilai-nilai luhur yang ia representasikan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup>Ferri Wicaksono, “Kiai Kharismatik Dan Hegemoninya (Telaah Fenomena Habib Syech Bin Abdul Qadir Assegaf),” *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 3, no. 3 (2019): 121–127.



Keteladanan kiai dalam menjalankan ajaran Islam secara kaffah menjadikannya sebagai figur panutan yang dipercaya dan diikuti oleh masyarakat, baik dalam hal ibadah, perilaku sosial, maupun keputusan-keputusan penting dalam kehidupan bersama. Dalam tradisi pesantren, relasi antara kiai dan santri sangat ditandai oleh rasa ta'dzim atau penghormatan yang tinggi, karena santri melihat kiai sebagai sosok yang tidak hanya mengajarkan ilmu, tetapi juga menanamkan nilai dan etika kehidupan melalui contoh nyata. Pengaruh semacam ini sulit dicapai oleh tipe kepemimpinan yang berbasis otoritas formal belaka.

Max Weber, seorang sosiolog Jerman, menyebut kepemimpinan karismatik sebagai bentuk kekuasaan yang bersumber dari atribut luar biasa (*extraordinary qualities*) yang dimiliki oleh seorang pemimpin dan diakui oleh para pengikutnya.<sup>37</sup> Dalam konteks pesantren, karisma kiai terbentuk bukan hanya dari persepsi masyarakat, tetapi juga melalui perjuangan panjang dalam mendidik santri, melayani umat, serta menjaga integritas pribadi dalam berbagai kondisi sosial dan politik.

## 2) Spiritualitas dan Orientasi Ilahiyyah dalam Kepemimpinan

---

<sup>37</sup>Max Weber, *The Theory of Social and Economic Organization*, Translated by A. M. Henderson and Talcott Parsons (New York: Free Press, 1947), 358-361.



Aspek berikutnya yang sangat menonjol dalam kepemimpinan kiai adalah dimensi spiritual-religius yang menjadi fondasi seluruh aktivitas dan keputusan kepemimpinannya. Kiai memandang kepemimpinan bukan semata-mata sebagai bentuk kekuasaan atau kewenangan, tetapi sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab, keikhlasan, dan ketundukan kepada kehendak Ilahi. Kepemimpinan seperti ini menjadikan orientasi kepada Allah sebagai arah utama dalam memimpin, bukan kepentingan pribadi atau kelompok.<sup>38</sup>

Prinsip tauhid menjadi landasan dalam setiap langkah dan kebijakan yang diambil oleh seorang kiai. Hal ini menjadikan kiai sebagai pemimpin yang selalu mengedepankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, kasih sayang, dan kesetaraan. Dengan basis spiritualitas yang kuat, kiai mampu menjadi penjaga moralitas kolektif, memberikan arahan yang tidak hanya logis secara rasional, tetapi juga benar secara etis dan religius. Kepemimpinan yang dibangun atas dasar keimanan ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi para santri serta masyarakat luas karena mereka yakin bahwa keputusan kiai

---

<sup>38</sup>Victor Imaduddin Ahmad Sudarto Murtaufiq, “Karakteristik Kepemimpinan Spiritual Kiai,” *Madinah: Jurnal Studi Islam* 6 (2019): 188–198.



berlandaskan pada nilai-nilai kebenaran dan keadilan ilahiyah.<sup>39</sup>

Dalam perspektif Islam, seorang pemimpin adalah khadim al-ummah (pelayan umat), bukan mustakbirin (orang yang menyombongkan diri). Kiai menyadari bahwa tugas kepemimpinannya adalah melayani umat dengan penuh dedikasi, bukan untuk mencari popularitas atau keuntungan pribadi. Dalam banyak kasus, kiai justru menolak jabatan formal dalam pemerintahan agar tetap dapat menjaga independensi dan kemurnian perjuangannya di bidang pendidikan dan keagamaan.<sup>40</sup>

### 3) Tradisional dan Kultural: Penjaga Nilai-nilai Islam Nusantara

Kepemimpinan kiai juga sangat lekat dengan nilai-nilai tradisional dan kultural yang berkembang dalam masyarakat pesantren, khususnya dalam konteks Islam Nusantara. Islam Nusantara merupakan bentuk Islam yang menyatu dengan budaya lokal, penuh toleransi, santun, serta mengedepankan keseimbangan antara teks dan konteks. Dalam hal ini, kiai memainkan peran penting sebagai penjaga nilai-nilai tradisi pesantren yang telah diwariskan turun-temurun, sekaligus

---

<sup>39</sup>Adhe Kusuma Pertiwi et al., “Analisis Interaksi Simbolik Kyai Dan Santri Dalam Perspektif Kepemimpinan Berbasis Nilai Dan Etika,” *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan* 2, no. 3 (2018): 185–191.

<sup>40</sup>Nurcholish Madjid, *Islam Doktrin Dan Peradaban* (Jakarta: Paramadina, 2000), 262-280.



sebagai simbol keberlanjutan identitas keislaman yang khas di Indonesia.

Kiai tidak hanya mengajarkan kitab kuning atau menyampaikan ceramah keagamaan, tetapi juga menjaga praktik-praktik kultural seperti tahlilan, manaqib, haul, dan sebagainya, yang menjadi bagian dari ekspresi keagamaan masyarakat Muslim di Jawa dan Nusantara pada umumnya. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi pelengkap dalam kehidupan pesantren, tetapi juga menjadi sarana penting dalam memperkuat kohesi sosial, mempererat hubungan antargenerasi, dan menjaga warisan spiritual masyarakat.

Kepemimpinan tradisional kiai tidak menolak modernitas, namun tetap berpegang pada prinsip-prinsip nilai yang dijaga secara turun-temurun. Kiai mampu merespons tantangan zaman tanpa harus meninggalkan akar tradisinya. Hal ini membedakan kepemimpinan kiai dengan model kepemimpinan modern yang cenderung rasional dan fungsional semata, karena kepemimpinan kiai menyatukan aspek-aspek spiritual, kultural, dan sosial dalam satu kesatuan yang harmonis.<sup>41</sup>

- 4) Transformasional: Agen Perubahan dalam Pendidikan dan Sosial Kemasyarakatan



Meskipun kuat dalam menjaga tradisi, kepemimpinan kiai tidak stagnan atau bersifat konservatif dalam arti negatif. Sebaliknya, banyak kiai yang justru menjadi agen perubahan (agent of change) dalam masyarakat. Peran transformasional ini terlihat dari kemampuan kiai dalam mengarahkan, menginspirasi, dan memotivasi santri serta masyarakat untuk melakukan perbaikan dan pembaruan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, ekonomi, dan sosial.

Kiai mampu mendorong perubahan sosial yang signifikan melalui pesantren, yang menjadi pusat pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Dalam banyak kasus, pesantren yang dipimpin oleh kiai mengalami transformasi luar biasa dari lembaga tradisional menjadi institusi modern yang adaptif terhadap perkembangan zaman, baik dalam hal kurikulum, manajemen kelembagaan, maupun pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini tidak lepas dari visi kepemimpinan kiai yang mampu membaca tanda-tanda zaman (*sign of the times*) dan memberikan respons yang tepat.

Kepemimpinan transformasional ditandai oleh kemampuan pemimpin untuk mentransformasi sistem, membentuk budaya organisasi yang dinamis, serta menggerakkan potensi kolektif menuju arah perubahan yang

---

<sup>41</sup>Saefrudin, “Kepemimpinan Kyai: Dalam Melestaikan Pendidikan Islam Kelasik Menuju



lebih baik.<sup>42</sup> Dalam hal ini, kiai menjadi figur sentral yang menjembatani antara tradisi dan inovasi, antara nilai-nilai lama yang mulia dengan kebutuhan zaman yang terus berubah.

Perubahan yang dilakukan oleh kiai tidak semata-mata bersifat teknis atau administratif, tetapi juga menyentuh aspek spiritual dan moralitas umat. Oleh karena itu, perubahan yang digagas oleh kiai cenderung memiliki legitimasi yang kuat di mata masyarakat karena dianggap bersumber dari niat tulus dan nilai-nilai luhur Islam. Misalnya, dalam konteks pengembangan media sosial, kiai yang visioner mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana dakwah dan promosi pesantren tanpa kehilangan esensi dakwah Islam yang rahmatan lil alamin.

### 3. Peran Kiai

#### a. Peran sebagai Pemimpin Spiritual

Kepemimpinan spiritual merupakan kepemimpinan yang mengarahkan aspek duniawi menuju dimensi spiritual atau keilahian. Dalam konsep ini, Tuhan dianggap sebagai pemimpin sejati yang memberikan inspirasi, mempengaruhi, melayani, serta menggerakkan hati nurani para hamba-Nya dengan kebijaksanaan melalui pendekatan etis dan keteladanan. Oleh karena itu,

---

Pendidikan Islam Modern,” *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 7, no. 1 (2025): 66–78.

<sup>42</sup>Bernard M. Bass & Ronald E. Riggio, *Transformational Leadership*, 2<sup>nd</sup> ed. (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2006), 3-4.



kepemimpinan spiritual sering disebut sebagai kepemimpinan yang berlandaskan nilai-nilai etika religius. Kepemimpinan ini mampu memberikan inspirasi, membangkitkan semangat, mempengaruhi, serta menggerakkan melalui keteladanan, pelayanan, kasih sayang, serta penerapan nilai-nilai dan sifat-sifat ketuhanan dalam tujuan, proses, budaya, dan perilaku kepemimpinan.<sup>43</sup>

Kepemimpinan spiritual kiai dapat dikenali melalui tiga karakteristik utama yang saling berkaitan, yaitu iman, Islam, dan ihsan. Berbeda dengan kepemimpinan konvensional, kepemimpinan spiritual kiai menitikberatkan pada ketiga aspek tersebut sebagai bentuk realisasi visi spiritual dan wujud penghambaan kepada Allah SWT. Ketiga karakteristik ini, yang berakar dari prinsip-prinsip ajaran agama, menjadi identitas khas dalam kepemimpinan spiritual kiai. Keunikan kepemimpinan ini berpengaruh terhadap perubahan cara pandang, keyakinan, serta sistem nilai yang membentuk sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, keberadaan ketiga karakteristik tersebut berperan sebagai perantara dalam proses transformasi menuju kebaikan dan kemaslahatan.<sup>44</sup>

b. Peran sebagai Pendidik dan Pengasuh Santri

---

<sup>43</sup>Haqiqi Rafsanjan, “Kepemimpinan Spiritual (Spiritual Leadership),” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbaikan Syariah* 2, no. 1 (2017): 1.

<sup>44</sup>S Murtaufiq and V I Ahmad, ‘Karakteristik Kepemimpinan Spiritual Kiai’, *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 6 (2019): 188–198



Kiai memiliki peran sentral dalam dunia pendidikan Islam, khususnya di lingkungan pesantren. Sebagai pendidik, kiai bertanggung jawab dalam mentransfer ilmu agama dan nilai-nilai moral kepada para santri. Pendidikan yang diberikan tidak hanya terbatas pada aspek kognitif, tetapi juga mencakup pembentukan karakter dan spiritualitas. Hal ini sejalan dengan konsep pendidikan Islam yang menekankan keseimbangan antara ilmu pengetahuan dan akhlak.<sup>45</sup> Menurut Mastuhu, kiai bertindak sebagai guru utama yang mentransmisikan ilmu agama melalui metode pembelajaran khas pesantren seperti sorogan, bandongan, dan halaqah.<sup>46</sup> Selain itu, kiai juga berperan sebagai sumber ilmu yang otoritatif, di mana setiap fatwa dan pengajarannya menjadi rujukan utama bagi santri dalam memahami ajaran Islam.

Selain sebagai pendidik, kiai juga berperan sebagai pengasuh yang membimbing santri dalam kehidupan sehari-hari. Keterlibatan kiai dalam membentuk kebiasaan dan disiplin santri sangat penting dalam membentuk karakter mereka sebagai individu yang berakhhlak mulia. Sebagai figur yang dihormati, kiai menjadi panutan yang diteladani oleh para santri dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam ibadah, interaksi sosial, maupun etika

---

<sup>45</sup>Mahmud Fauzi, “Penanaman Nilai Moral Islam Kyai Terhadap Santri Dalam Tinjauan Psikologi Islam,” *Happiness, Journal of Psychology and Islamic Science* 5, no. 1 (2022): 61–72.

<sup>46</sup>Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren: Suatu Kajian Tentang Unsur dan Nilai Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, 1994), 142-144.



dalam menuntut ilmu.<sup>47</sup> Dengan pendekatan yang bersifat persuasif dan penuh kasih sayang, kiai menciptakan lingkungan belajar yang kondusif serta mendorong santri untuk menginternalisasi nilai-nilai keislaman dalam kehidupan mereka.

c. Peran sebagai Pengelola dan Inovator Pesantren

Kiai memiliki peran sentral dalam pengelolaan pesantren, tidak hanya sebagai pemimpin spiritual, tetapi juga sebagai manajer yang menentukan arah dan kebijakan lembaga. Sebagai pengelola, kiai bertanggung jawab atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan seluruh aktivitas di pesantren. Keberhasilan pesantren dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan kiai dalam mengelola sumber daya yang ada, termasuk sumber daya manusia, keuangan, dan fasilitas.<sup>48</sup>

Selain sebagai pengelola, kiai juga berperan sebagai inovator yang mendorong pembaruan dan adaptasi dalam sistem pendidikan pesantren. Inovasi ini mencakup pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan zaman, penerapan metode pengajaran yang efektif, serta integrasi teknologi dalam proses belajar-mengajar. Kiai juga mendorong bawahan untuk

---

<sup>47</sup>Nik Haryanti and Luluk Indarti, “Strategi Pembelajaran Kiai Dalam Membentuk Karakter Jujur Dan Disiplin Santri,” *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2022): 121–136.

<sup>48</sup>Usman, “Kiai Sebagai Inovator Pendidikan Di Pondok Pesantren Nurud Dhalam Nyalabu Daya Pamekasan,” *Jurnal Studi Pesantren (JSP)* 2, no. maret 2023 (2023): 68–85.



memikirkan kembali cara kerja dan mencari metode baru dalam menyelesaikan tugas.<sup>49</sup>

Dalam menjalankan peran sebagai pengelola dan inovator, kiai dituntut memiliki kemampuan manajerial yang baik, visi yang jelas, serta keterbukaan terhadap perubahan. Kepemimpinan kiai yang efektif akan membawa pesantren menuju kemajuan dan mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki pengetahuan agama yang mendalam, tetapi juga kompeten dalam menghadapi dinamika kehidupan modern. Jadi keberhasilan pesantren banyak bergantung pada keahlian dan kedalaman ilmu, karisma, manajerial, kepemimpinan, serta keterampilan kiai.<sup>50</sup>

#### d. Peran sebagai Tokoh Sosial dan Mediator

Kiai memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat Indonesia, tidak hanya sebagai pemimpin agama, tetapi juga sebagai tokoh sosial yang berpengaruh. Kedalaman pengetahuan agama dan spiritualitas yang tinggi menjadikan kiai sebagai panutan dan sumber rujukan bagi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Sebagai contoh, di Desa Tieng, Kejajar, Wonosobo, kiai berperan sebagai guru, pemimpin, dan teladan (uswatun khasanah) bagi masyarakat setempat.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup>Fajar Shibab, Anis Zohriah, and Anis Fauzi, “Peran Kepemimpinan Kyai Dalam Lembaga Pendidikan Islam,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2(2023): 4596–4597.

<sup>50</sup>Andy, “Kepemimpinan Kiai Dalam Peningkatan Kualitas Pendidikan,” *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 70–85.

<sup>51</sup>Muhammad Ibnu Malik, “Peran Kiai Sebagai Tokoh Sentral Dalam Masyarakat Desa Tieng Kejajar Wonosobo,” *QuranicEdu: Journal of Islamic Education* 2, no. 2 (2023): 211–212.



Selain itu, Kiai sering kali menjadi mediator dalam konflik sosial serta penggerak dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan.<sup>52</sup> Kiai juga berfungsi sebagai mediator dalam menyelesaikan berbagai konflik yang terjadi di masyarakat. Kemampuan kiai dalam memahami ajaran agama dan kedekatannya dengan masyarakat membuat mereka dipercaya untuk menengahi perselisihan, termasuk dalam sengketa waris. Di Madura, misalnya, kiai sering diminta menjadi mediator dalam penyelesaian sengketa waris melalui pendekatan keagamaan dan budaya lokal.<sup>53</sup>

Peran kiai sebagai mediator tidak hanya terbatas pada konflik keluarga, tetapi juga mencakup konflik sosial yang lebih luas. Sejarah mencatat bahwa kiai juga memainkan peran penting dalam politik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks perjuangan kemerdekaan Indonesia, banyak kiai yang terlibat dalam gerakan perlawanan terhadap kolonialisme, seperti Hadratussyaikh Hasyim Asy'ari yang mengeluarkan Resolusi Jihad untuk melawan penjajahan.<sup>54</sup> Di era modern, peran kiai dalam politik terlihat dalam keterlibatan mereka di organisasi keislaman dan partai politik, serta dalam memberikan panduan moral bagi kebijakan publik. Dalam konteks politik praktis, kiai berfungsi

---

<sup>52</sup>M. Dawam Rahardjo, *Pesantren Dan Pembaharuan*, ed. revisi (Jakarta: Jakarta: LP3ES, 1988/1995), 9-10.

<sup>53</sup>Misbahun Nury, ‘Peran Kyai Sebagai Mediator Dalam Penyelesaian Sengketa Waris Di Madura’, *ADHKI:Journal Of Islamic Family Law*, vol 4, no. 1 (2022): 25–34.



sebagai agen transformasi sosial, referensi moral, dan mediator konflik. Mereka mampu menjembatani nilai-nilai agama dan praktik politik, memberikan legitimasi moral, menjaga harmoni sosial, serta meredakan konflik politik.<sup>55</sup>

Keberhasilan kiai dalam menjalankan peran sebagai mediator didukung oleh beberapa faktor, antara lain:

- 1) Pemahaman mendalam tentang agama: Kiai memiliki pengetahuan agama yang luas, sehingga mampu memberikan nasihat yang sesuai dengan ajaran Islam.
- 2) Kharisma dan kepercayaan masyarakat: Kiai dihormati dan dipercaya oleh masyarakat, sehingga pendapat dan keputusan mereka diterima dengan baik.
- 3) Pendekatan yang moderat: Kiai cenderung bersikap moderat dan bijaksana dalam menyelesaikan konflik, menjaga keseimbangan antara pihak-pihak yang bersengketa.

e. Peran sebagai Dai dan Juru Dakwah

Kiai juga berperan sebagai penyebar dakwah Islam yang membimbing masyarakat dalam kehidupan beragama. Melalui pengajian, ceramah, dan bimbingan spiritual, kiai membentuk pemahaman keislaman yang moderat dan sesuai dengan konteks sosial masyarakat Indonesia. Dalam konsep sufisme, kiai sering

---

<sup>54</sup>Agus Sunyoto, *Atlas Walisongo* (Jakarta: Pustaka IIMaN, 2012), 304.

<sup>55</sup>Haliza Rizqica Fadillah, Juliansyah Aditya Rahadian, and Moch Faisal Rais, “Transformasi Peran Kiai Dalam Politik Indonesia Dari Otoritas Keagamaan Ke Ranah Politik Praktis,” *Politika Progresif: Jurnal Hukum, Politik Dan Humaniora* 1 (2024): 151–163.



kali berperan sebagai mursyid dalam tarekat yang memberikan bimbingan ruhani bagi para pengikutnya.<sup>56</sup>

## **B. Optimalisasi Media Sosial**

### **1. Definisi Media Sosial**

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam ranah pendidikan dan dakwah pesantren. Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial oleh seorang Kiai memiliki nilai strategis dalam memperluas jangkauan pesan, membangun citra lembaga, serta meningkatkan daya tarik pondok pesantren di tengah masyarakat. Untuk memahami lebih dalam bagaimana peran media sosial dioptimalkan dalam konteks pesantren, penting terlebih dahulu mengkaji definisi, jenis, fungsi, dan manfaat dari media sosial itu sendiri.

Media sosial merupakan platform digital interaktif yang dirancang untuk memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan pertukaran informasi antar individu maupun kelompok melalui jaringan virtual. Melalui media sosial, pengguna dapat menciptakan, membagikan, dan mengakses berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, serta ide atau ekspresi personal lainnya. Platform ini memungkinkan interaksi sosial secara daring tanpa batasan geografis dan waktu, sehingga menciptakan ruang komunikasi yang terbuka dan terus berkembang

---

<sup>56</sup>Nurcholish Madjid, *Islam, Kemodernan, dan Keindonesiaan* (Bandung: Mizan, 1991), 188.



dalam berbagai konteks kehidupan sosial, pendidikan, maupun ekonomi.<sup>57</sup>

Secara umum, media sosial memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain: kemampuan untuk membentuk dan mengelola profil pengguna; fitur yang memungkinkan penciptaan serta penyebaran konten oleh pengguna (*user-generated content*); dan fungsi jejaring sosial yang menghubungkan individu dengan komunitas atau kelompok yang lebih luas.<sup>58</sup> Kehadiran media sosial telah merevolusi cara individu berinteraksi, membentuk hubungan sosial, serta membangun identitas di ruang digital.

Selain sebagai media komunikasi, media sosial juga berfungsi sebagai alat kolaboratif yang memungkinkan pengguna untuk berdiskusi, berbagi pengetahuan, dan menciptakan konten bersama. Platform ini memainkan peran penting dalam berbagai bidang seperti pendidikan, bisnis, hingga promosi diri dan gagasan. Bahkan, media sosial saat ini menjadi saluran efektif dalam menyampaikan informasi, mengikuti perkembangan isu-isu terkini, serta memperluas jaringan sosial secara dinamis.<sup>59</sup>

Media sosial merupakan sebuah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi

---

<sup>57</sup>M. Kaplan, A. M., & Haenlein, *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, 53, no 1, (Business Horizons, 2010), 59-61.

<sup>58</sup>B.S. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, *Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media*, Vol 54, No 3 (Business Horizons, 2011), 241-243.



dengan konten digital dalam beragam bentuk seperti teks, gambar, video, dan suara. Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah “*a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0 and that allow the creation and exchange of User Generated Content*”.<sup>60</sup> Dalam pengertian ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi satu arah, tetapi lebih sebagai ruang interaktif yang melibatkan partisipasi aktif dari pengguna dalam membentuk arus informasi.

Di Indonesia, media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan laporan dari We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2023, tercatat lebih dari 167 juta pengguna internet di Indonesia, dan sekitar 61,8% dari jumlah tersebut merupakan pengguna aktif media sosial.<sup>61</sup> Ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana komunikasi dan informasi yang sangat potensial, tidak hanya untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga dalam ranah institusi pendidikan seperti pesantren. Maka dari itu, penguasaan terhadap media sosial menjadi suatu kebutuhan yang tak terhindarkan bagi lembaga pendidikan Islam yang ingin tetap relevan di era digital.

## 2. Jenis dan Macam Media Sosial

### a. Media Sosial Berbasis Teks (*Facebook, Twitter/X*)

---

<sup>59</sup>N. B. Boyd, D. M., & Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol 13, No 1, (2007), 210–30.

<sup>60</sup>Michael Haenlein Kaplan, Andreas M., ‘Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media’, *Business Horizons*, Vol 53, No 1 (2010), 59–68.

<sup>61</sup>We Are Social & Hootsuite. Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>



Media sosial berbasis teks merupakan salah satu jenis media sosial yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi melalui format tulisan. Platform seperti *Facebook* dan *Twitter* (yang kini dikenal sebagai X) memungkinkan pengguna untuk membagikan status, artikel, tautan, serta komentar secara cepat dan luas. Dalam konteks pesantren, platform semacam ini sangat berguna untuk menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan harian, jadwal pengajian, maupun pengumuman penting yang berkaitan dengan program pendidikan. Fitur interaktif seperti komentar dan pesan langsung memungkinkan terjalinnya komunikasi antara pesantren dan masyarakat, termasuk calon santri dan wali santri. Selain itu, kemampuan untuk membuat halaman resmi lembaga menjadikan media sosial berbasis teks ini sebagai sarana promosi yang strategis dan fleksibel dalam menjangkau berbagai kalangan.<sup>62</sup>

b. Media Sosial Berbasis Visual (*Instagram*, *TikTok*, *YouTube*)

Jenis media sosial yang menitikberatkan pada konten visual seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* semakin populer terutama di kalangan generasi muda. Platform ini mengandalkan kekuatan gambar, video pendek, maupun tayangan berdurasi panjang untuk menarik perhatian audiens. Dalam lingkungan pesantren, pemanfaatan media sosial berbasis visual dapat dimaksimalkan

---

<sup>62</sup>Mujiono, "Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam: Strategi Dan



untuk menampilkan dokumentasi kegiatan santri, cuplikan ceramah, atau konten edukatif lainnya. Video dakwah yang dikemas secara menarik dan inspiratif, misalnya ceramah kiai atau testimoni santri dalam format pendek, sangat efektif untuk membangun citra positif pesantren. Estetika visual dan kreativitas dalam penyajian konten menjadi kunci utama untuk meraih ketertarikan dan kepercayaan masyarakat luas.<sup>63</sup>

c. Media Sosial Berbasis Pesan (*WhatsApp, Telegram*)

Media sosial berbasis pesan seperti *WhatsApp* dan *Telegram* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai media interaksi komunitas yang sangat relevan di lingkungan pesantren. Melalui fitur grup, pesantren dapat membentuk komunitas virtual yang terdiri dari santri, wali santri, alumni, bahkan calon santri baru. Kelompok percakapan ini memudahkan penyebaran informasi secara cepat dan langsung, serta menjadi forum tanya jawab yang praktis. Kelebihan lain dari platform ini adalah sifatnya yang *real-time*, memungkinkan komunikasi yang responsif dan dinamis. Oleh karena itu, media sosial berbasis pesan sangat berperan dalam memperkuat jaringan komunikasi internal sekaligus menjadi sarana promosi dan pelayanan informasi secara efisien.

---

Dampaknya,” *IslamicEdu Management Journal* 1, no. 1 (2024): 40–51.

<sup>63</sup> Andi Setiawan, Ahmad Hadiq Syifa Al Fawaz, and Rizqi Maulana Ilmi, “Instagram Sebagai Sarana Dakwah Kreatif Untuk Merangkul Generasi Muda Di Madrasah,” *Indonesian Research Journal on Education* 4, no. 3 (2024): 403–411.



### 3. Tujuan dan Fungsi Media Sosial

Tujuan utama dari media sosial dapat dikaji dari dua dimensi, yaitu tujuan individu dan tujuan institusional. Pada level individu, media sosial bertujuan untuk membangun jejaring sosial, mengekspresikan diri, dan memperoleh informasi. Sedangkan pada level institusi seperti pondok pesantren, tujuan penggunaan media sosial meliputi peningkatan visibilitas lembaga, penyebarluasan nilai-nilai pendidikan Islam, serta membangun citra positif di mata masyarakat luas. Media sosial juga berfungsi sebagai media dakwah digital, di mana pesan-pesan keislaman dapat disampaikan secara masif dan menjangkau audiens yang lebih luas.<sup>64</sup>

Fungsi media sosial dalam konteks pendidikan Islam tidak dapat dilepaskan dari perannya sebagai media transformasi sosial dan budaya. Melalui media sosial, pesantren dapat menyampaikan nilai-nilai keislaman yang rahmatan lil ‘alamin, menjawab isu-isu kontemporer, serta memperkuat ukhuwah Islamiyah antar komunitas. Menurut McQuail, media memiliki beberapa fungsi pokok dalam masyarakat, antara lain sebagai sumber informasi, korelasi lingkungan, kesinambungan budaya, dan hiburan.<sup>65</sup> Fungsi-fungsi ini relevan juga dalam penggunaan media sosial oleh lembaga pendidikan Islam, yang dalam hal ini dipegang dan diarahkan oleh figur sentral seperti kiai.

---

<sup>64</sup>Fahmi Anwar, “Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial,” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137.

<sup>65</sup>Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*. (London: London: SAGE Publications, 2010), 99-100.



#### 4. Manfaat Media Sosial

Manfaat media sosial dalam dunia pendidikan dan dakwah sangat luas. Pertama, media sosial memudahkan proses komunikasi antara pesantren dengan masyarakat, terutama dalam menyampaikan informasi mengenai pendaftaran santri baru, kegiatan pesantren, serta program-program unggulan. Komunikasi yang bersifat dua arah memungkinkan pihak pesantren untuk menanggapi pertanyaan atau keluhan secara langsung dan cepat, sehingga menciptakan kedekatan emosional antara lembaga dan masyarakat.

Kedua, media sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Dengan menampilkan aktivitas positif, prestasi santri, serta keilmuan kiai secara rutin di media sosial, pesantren dapat membangun citra yang kuat dan terpercaya. Hal ini sejalan dengan konsep personal branding dan institutional branding, di mana reputasi lembaga sangat dipengaruhi oleh bagaimana informasi tentangnya disajikan dan diterima publik.<sup>66</sup>

Ketiga, media sosial juga menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan dakwah. Kiai yang aktif di media sosial dapat menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang selama ini sulit dijangkau oleh metode dakwah konvensional. Melalui konten-konten edukatif seperti ceramah, kultum, atau quotes keislaman yang dikemas menarik, kiai



dapat memengaruhi opini publik dan memberikan pencerahan keagamaan yang relevan dengan zaman.

Keempat, dari sisi efisiensi biaya, media sosial merupakan alat promosi yang relatif murah dibandingkan media konvensional seperti baliho, brosur, atau iklan di media cetak. Dengan hanya bermodalkan perangkat gawai dan koneksi internet, pesantren dapat membangun sistem komunikasi dan promosi yang profesional. Efisiensi ini sangat penting terutama bagi pesantren swasta yang memiliki keterbatasan dana operasional.

Kelima, media sosial juga memberikan kesempatan untuk berinovasi dalam metode pembelajaran. Dalam masa pandemi COVID-19, misalnya, media sosial menjadi salah satu alat penting dalam pelaksanaan pembelajaran daring. Banyak pesantren memanfaatkan platform seperti *YouTube*, *Google Meet*, dan *WhatsApp* untuk melangsungkan proses belajar-mengajar, pengajian kitab, hingga konsultasi agama secara daring.<sup>67</sup> Pengalaman ini menunjukkan bahwa media sosial juga dapat menjadi jembatan dalam mendukung fleksibilitas dan kontinuitas pendidikan Islam di tengah tantangan zaman.

## 5. Teori Komunikasi dalam Media Sosial Pesantren

---

<sup>66</sup>Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. (New York: Pearson Education, 2016), 277-278.

<sup>67</sup>Muslimah, “Peran Media Sosial Dalam Pendidikan Dan Pengajaran Agama Islam Pada Masa Pandemi COVID- 19,” *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 1 (2020): 40–59.



Komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara dua pihak atau lebih yang menghasilkan pemahaman bersama. Dalam konteks media sosial, komunikasi menjadi alat utama dalam membangun persepsi, membentuk citra, dan menjalin hubungan interaktif dengan khalayak.<sup>68</sup> Harold Lasswell merumuskan unsur-unsur dasar komunikasi melalui formula: “*Who says what in which channel to whom with what effect*” – siapa menyampaikan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa.<sup>69</sup>

Model ini relevan untuk memahami peran Kiai sebagai komunikator dalam strategi media sosial pesantren. Pesan yang disampaikan melalui berbagai kanal seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok diarahkan untuk menjangkau calon santri dan orang tua sebagai komunikan, dengan tujuan membentuk persepsi positif dan meningkatkan minat untuk mondok.

Dalam perspektif Shannon dan Weaver, keberhasilan komunikasi ditentukan oleh kejelasan pesan dan minimnya gangguan (noise).<sup>70</sup> Noise dalam komunikasi digital dapat berupa bahasa yang tidak komunikatif, visual yang membingungkan, atau respon yang lambat dari pengelola akun. Maka dari itu, komunikasi media sosial pesantren harus dirancang secara strategis, menarik, dan dialogis.

---

<sup>68</sup>Shifa Ainun Zaxrie et al., “Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan,” *Indonesian Jurnal of Digital Public Relations* 3, no. 1 (2024): 26–39.

<sup>69</sup>Harold D. Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society,” dalam Wilbur Schramm & Donald F. Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication* (Urbana: University of Illinois Press, 1971), 84–85.



Media sosial juga mendorong penerapan teori komunikasi dua arah (two-way symmetrical communication), di mana lembaga pesantren tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga merespons komentar, menjawab pertanyaan, dan membangun interaksi berkelanjutan. Model ini penting untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan membentuk kepercayaan secara emosional.<sup>71</sup>

## 6. Manajemen Promosi melalui Media Sosial

### a. Konsep Manajemen Promosi

Manajemen promosi merupakan proses sistematis dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan dan memengaruhi sikap serta perilaku audiens terhadap suatu produk atau lembaga. Dalam kerangka lembaga pendidikan seperti pesantren, promosi tidak hanya dimaksudkan untuk menarik peserta didik baru, tetapi juga berperan dalam membangun citra positif dan meningkatkan legitimasi sosial lembaga tersebut di tengah masyarakat. Penggunaan media sosial dalam konteks ini menjadi solusi strategis karena mampu menjangkau sasaran dengan cepat, luas, dan hemat biaya. Konsep manajemen promosi di media sosial melibatkan unsur perencanaan konten, pengelolaan waktu tayang, penggunaan visual yang menarik, serta evaluasi terhadap

---

<sup>70</sup>Claude E. Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication* (Illinois: University of Illinois Press, 1949), 11-12.



keterlibatan audiens (*engagement*) sebagai ukuran keberhasilan promosi tersebut.<sup>72</sup>

b. Strategi Promosi di Lembaga Keagamaan

Strategi promosi pada lembaga keagamaan seperti pesantren harus memperhatikan nilai-nilai etis dan spiritual yang menjadi dasar keberadaan institusi tersebut. Dalam hal ini, pendekatan promosi tidak bersifat komersial semata, melainkan juga sarat dengan misi dakwah dan penyebaran nilai-nilai keislaman. Melalui media sosial, pesantren dapat menampilkan konten-konten seperti kegiatan santri, tausiyah dari para kiai, serta program unggulan pendidikan dan keagamaan dalam bentuk visual yang menarik. Selain itu, penggunaan narasi yang mengandung unsur edukatif dan inspiratif sangat efektif dalam membangun keterikatan emosional dengan masyarakat. Penguatan citra pesantren sebagai lembaga yang berorientasi pada pembinaan moral dan keilmuan menjadi daya tarik tersendiri dalam strategi promosi berbasis nilai.<sup>73</sup>

c. Tim Pengelola dan Pembagian Tugas di Media Sosial Pesantren

Agar manajemen promosi berjalan optimal, pesantren memerlukan tim pengelola media sosial yang bekerja secara

---

<sup>71</sup>Izzatul Munawwaroh, Zainal Munir, and Badrul Mudarris, “Strengthening Brand Image of Pesantren Based on Two-Way Symeirical Model Through Generation Z,” *Managere: Indonesian Journal of Educational Management* 6, no. 1 (2024): 54–69.

<sup>72</sup>Mujiono, “Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam: Strategi Dan Dampaknya.”, *IslamicEdu Management Journal* 1, No. 1 (2024): 40-51.”



terstruktur dan terorganisir. Tim ini umumnya terdiri atas beberapa personel dengan peran yang berbeda, seperti pembuat konten visual, penulis naskah dan caption, admin pengelola akun, serta analis data engagement. Di lingkungan pesantren, tim ini dapat berasal dari guru, staf IT, maupun santri yang memiliki keterampilan digital. Pembagian tugas yang jelas memungkinkan seluruh aktivitas promosi berjalan efektif dan efisien. Misalnya, admin bertugas mengatur jadwal unggahan, penulis konten merancang narasi yang komunikatif, dan desainer grafis membuat tampilan visual yang menarik. Sinergi antaranggota tim sangat penting agar pesan yang disampaikan konsisten dengan visi pesantren, serta mampu menjangkau audiens dengan cara yang tepat dan professional.<sup>74</sup>

## 7. Dukungan Internal dan Eksternal Terhadap Media Sosial Pondok Pesantren

### a. Peran Kiai serta Keterlibatan Asatidz sebagai Motor Penggerak

Kiai dan para asatidz (guru-guru pesantren) memiliki posisi strategis dalam menggerakkan dan melegitimasi segala bentuk kegiatan yang ada di lingkungan pesantren, termasuk dalam pengelolaan media sosial. Sebagai figur sentral, kiai memiliki pengaruh besar dalam membentuk arah kebijakan, nilai-nilai yang

---

<sup>73</sup>M. Kurma Nur Faifatur R, "Public Relation Dalam Memelihara Citra Pondok Pesantren," *IHTIROM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2024): 206–227.



diusung, serta konten dakwah yang disampaikan melalui platform digital. Ketika seorang kiai secara aktif mendukung atau bahkan terlibat dalam proses produksi konten, misalnya dengan menyampaikan ceramah yang direkam dan disebarluaskan, hal ini memberi kekuatan simbolik sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap pesantren. Keterlibatan asatidz juga penting dalam menyuplai narasi keilmuan, mengarahkan tema-tema dakwah, dan memastikan bahwa materi yang dipublikasikan tetap dalam koridor ajaran Islam serta nilai-nilai pendidikan pesantren. Kehadiran mereka sebagai bagian dari tim promosi, baik secara langsung maupun tidak langsung, memperkuat posisi media sosial sebagai representasi digital dari semangat dan visi keilmuan pondok.<sup>75</sup>

b. Peran Alumni dan Wali Santri

Alumni dan wali santri juga memainkan peran signifikan sebagai agen promosi pesantren di media sosial. Alumni yang telah sukses di tengah masyarakat kerap menjadi duta informal yang mampu mengangkat nama baik lembaga pendidikan asalnya. Dengan membagikan konten pesantren, memberikan testimoni, atau bahkan turut memproduksi materi dakwah secara kolaboratif, alumni menjadi jembatan antara pesantren dan masyarakat luas. Sementara itu, wali santri yang merasa puas dengan proses

---

<sup>74</sup>Miftahul Palah and Dicky Maryono, “Peran Santri Dalam Pengelolaan Media Sosial Berbasis Digitalisasi Pada Pondok Pesantren Muhtarul Huda. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2024): 116–131.”



pendidikan anak-anak mereka di pesantren akan secara sukarela membantu menyebarluaskan citra positif pesantren, baik melalui unggahan di media sosial pribadi maupun dalam komunitas sosial mereka. Dukungan semacam ini menjadi bentuk pemasaran organik yang sangat efektif, karena dilakukan oleh pihak eksternal yang tidak memiliki kepentingan langsung, sehingga lebih mudah dipercaya oleh calon wali santri lainnya.<sup>76</sup>

c. Dukungan dari Masyarakat dan Komunitas Digital

Masyarakat di sekitar pondok pesantren serta komunitas digital yang memiliki kesamaan nilai dan minat menjadi faktor eksternal penting yang mendukung eksistensi dan perluasan pengaruh media sosial pesantren. Respon positif masyarakat terhadap konten dakwah atau kegiatan sosial yang dipublikasikan akan mendorong pesantren untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan media digital. Komunitas-komunitas digital seperti forum Islam, grup kajian daring, serta penggiat dakwah online sering kali menjadi mitra tidak langsung dalam memperluas jangkauan konten pesantren. Kolaborasi ini terjadi secara natural, seperti saat konten pesantren dibagikan ulang (*repost*) oleh akun komunitas, diberi dukungan dalam bentuk komentar atau interaksi, bahkan diundang dalam diskusi atau kolaborasi daring. Dukungan

---

<sup>75</sup>Hasmiza and Muhtarom, “Kiai Dan Pengembangan Kurikulum Pesantren Di Era Digitalisasi.” *Arfannur: Journal of Islamic Education* 3, no. 3 (2023): 137–150.



dari komunitas digital tersebut tidak hanya memperbesar jangkauan audiens, tetapi juga menciptakan jejaring yang memperkuat identitas digital pesantren sebagai lembaga keagamaan yang adaptif dan terbuka terhadap perkembangan zaman.<sup>77</sup>

d. Kolaborasi dengan Pihak Luar untuk Penguatan Branding

Untuk memperkuat branding pesantren di media sosial, kolaborasi dengan pihak luar menjadi langkah strategis yang tidak bisa diabaikan. Pihak luar ini bisa berupa media lokal, instansi pendidikan, komunitas dakwah digital, hingga content creator muslim yang memiliki basis pengikut luas. Melalui kerja sama semacam ini, pesantren dapat meningkatkan kualitas konten, memperluas jangkauan audiens, serta mendapatkan legitimasi sosial dari jejaring yang lebih luas. Misalnya, pesantren dapat bekerja sama dengan media Islam online untuk meliput kegiatan pesantren, atau mengundang influencer dakwah untuk mengisi acara yang kemudian dipublikasikan secara masif. Kerja sama juga bisa bersifat teknis seperti pelatihan digital marketing, manajemen konten, atau pelatihan videografi untuk tim media sosial internal. Dengan kolaborasi yang terstruktur dan saling menguntungkan,

---

<sup>76</sup>Syarif Ali AlQadrie, Edy Wahyudi, and Ridha Nurhaliza, ‘Pesantren Graduates As Mediators Of Personalised Strategies’, *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 6.1 (2024): 47–60.

<sup>77</sup>Siti Badi’ah, Luthfi Salim, and Muhammad Candra Syahputra, “Pesantren Dan Perubahan Sosial Pada Era Digital,” *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 21, no. 2 (2021): 349–364.



branding pesantren menjadi lebih kuat, profesional, dan kredibel di mata masyarakat digital.<sup>78</sup>

#### 8. Teori Perilaku Konsumen dalam Konteks Pendidikan Islam

Perilaku konsumen menggambarkan proses dan pertimbangan individu atau kelompok dalam memilih produk atau jasa. Dalam konteks ini, layanan pendidikan pesantren adalah objek konsumsi, sementara calon santri dan orang tua adalah konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting untuk merancang strategi komunikasi yang efektif.<sup>79</sup>

Philip Kotler menyebut bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.<sup>80</sup> Dalam hal ini, nilai-nilai keislaman (budaya), pengaruh tokoh agama atau alumni (sosial), kebutuhan belajar dan pembinaan karakter (pribadi), serta persepsi atas mutu pesantren (psikologis) menjadi variabel penting.

Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) menjadi acuan penting dalam strategi promosi. Pertama, pesantren harus menarik perhatian (attention) melalui konten menarik. Kedua, membangun minat (interest) melalui nilai-nilai unggulan. Ketiga,

---

<sup>78</sup>Zahrotul Munawwaroh and Puji Rahayu, “Digital Marketing Strategies for Enhancing Branding in Islamic Boarding Schools: A Comprehensive Analysis,” *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan* 10, no. 02 (2024): 199–208.

<sup>79</sup>Abdul Kholid et al., “PRILAKU KONSUMEN (RUANG LINGKUP DAN KONSEP DASAR),” Widina Bhakti Persada, Bandung (2020), 1-15.

<sup>80</sup>Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), 179-184.



menciptakan keinginan (desire) untuk bergabung. Dan keempat, mendorong tindakan (action) berupa pendaftaran santri baru.<sup>81</sup>

Dalam konteks digital, teori ini diwujudkan melalui konten visual, testimoni alumni, video dakwah, dan interaksi media sosial yang membentuk pengalaman emosional dan rasional bagi calon konsumen. Dengan demikian, perilaku konsumen pendidikan dapat diarahkan melalui strategi branding yang tepat dan komunikatif.

## 9. Optimalisasi Media Sosial

### a. Menetapkan Tujuan Utama Penggunaan Media Sosial

Dalam perkembangan dunia pesantren di era digital, spenggunaan media sosial telah menjadi kebutuhan yang tak terelakkan. Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional yang selama ini identik dengan sistem pembelajaran klasik dan tertutup, kini mulai terbuka terhadap perkembangan teknologi informasi demi menjawab tantangan zaman. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan oleh kalangan umum, tetapi juga oleh institusi pendidikan keagamaan seperti pesantren, yang mulai menyadari pentingnya keberadaan mereka di ruang publik digital. Dalam konteks ini, media sosial memiliki fungsi yang sangat strategis dan multifungsi bagi pesantren, terutama dalam hal promosi lembaga, pelaksanaan dakwah Islamiyah, serta penguatan branding lembaga agar lebih dikenal luas oleh masyarakat.

---

<sup>81</sup>Arina Muntazah and Rosiana Andhikasari, "AIDA DALAM DIGITAL MARKETING



Pertama, dalam aspek promosi pesantren, media sosial telah membuka jalan bagi lembaga untuk menampilkan keunggulan-keunggulannya secara lebih luas dan sistematis. Melalui berbagai platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, hingga *TikTok*, pesantren dapat memperkenalkan berbagai program unggulan, fasilitas, kegiatan santri, serta sistem pendidikan yang diterapkan. Hal ini menjadi penting mengingat masyarakat kini lebih banyak mencari informasi melalui media digital daripada melalui brosur cetak atau kunjungan langsung. Oleh karena itu, pesantren dapat membangun komunikasi yang efektif dengan calon santri dan orang tua mereka melalui konten yang menarik dan informatif. Promosi melalui media sosial juga dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan media konvensional, tetapi dengan jangkauan yang jauh lebih luas dan real time.<sup>82</sup>

Kedua, media sosial berperan besar dalam mendukung misi dakwah yang menjadi tugas utama pesantren. Para kiai dan ustadz kini dapat menyampaikan tausiyah, kajian kitab, nasihat keagamaan, serta menjawab berbagai persoalan umat secara langsung kepada publik luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Video ceramah, kutipan motivasi Islami, maupun sesi tanya jawab

---

COMMUNICATION LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL DOMPET DHUAFA,” *Jurnal AKRAB JUARA* 6, no. November (2021): 73–83.

<sup>82</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: New Jersey: Pearson Education, 2016), 518-530.



interaktif dapat diunggah dan disebarluaskan melalui berbagai kanal media sosial. Dakwah digital ini memungkinkan pesantren untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan heterogen, termasuk generasi muda yang cenderung lebih aktif di media sosial daripada hadir secara fisik di majelis taklim atau pengajian.<sup>83</sup> Maka, dakwah tidak lagi hanya berorientasi pada ruang fisik, tetapi juga pada ruang digital yang terus berkembang.

Selanjutnya, media sosial juga sangat efektif digunakan dalam membangun dan memperkuat branding pesantren. Dalam era persaingan antar lembaga pendidikan, citra yang positif sangat penting untuk ditampilkan agar kepercayaan masyarakat semakin tinggi. Branding tidak hanya soal logo atau slogan, tetapi tentang bagaimana pesantren membangun narasi yang konsisten tentang kualitas, nilai-nilai, dan keunggulan lembaga mereka. Dengan menampilkan aktivitas harian pesantren, prestasi santri, kegiatan keagamaan, hingga pengabdian kepada masyarakat, pesantren dapat menciptakan persepsi publik bahwa mereka adalah lembaga yang dinamis, progresif, dan relevan dengan perkembangan zaman.<sup>84</sup> Branding yang baik akan mendorong terjadinya peningkatan jumlah pendaftar, memperkuat posisi pesantren dalam

---

<sup>83</sup>Hasbi, Mukhlissal, Sucitra Sucitra and Ariski Fadillah. "Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital." *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)* (2024): 23-27.

<sup>84</sup>David Aaker, *Building Strong Brands* (New York: New York: Free Press, 1996), 68-70.



jaringan pendidikan Islam, serta menciptakan loyalitas publik terhadap lembaga tersebut.

Oleh sebab itu, agar pemanfaatan media sosial dapat memberikan dampak maksimal, pesantren perlu menetapkan tujuan yang jelas dalam setiap langkahnya. Penentuan arah yang strategis akan memudahkan dalam perencanaan konten, penentuan platform yang sesuai, serta cara komunikasi yang tepat untuk target audiens yang diinginkan. Tanpa tujuan yang jelas, konten media sosial pesantren bisa menjadi tidak fokus dan kurang memberi kontribusi nyata terhadap perkembangan lembaga. Maka, manajemen media sosial di lingkungan pesantren perlu dikelola secara profesional, terstruktur, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat digital masa kini.

b. Mengidentifikasi Target Audiens

Dalam upaya mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi, langkah yang harus dilakukan oleh pesantren adalah mengidentifikasi secara cermat siapa saja yang menjadi target audiens dari konten yang akan disajikan. Pemahaman mendalam terhadap audiens menjadi kunci utama dalam membentuk strategi digital yang efektif. Dalam konteks pesantren, terdapat beberapa kelompok sasaran utama yang harus diperhatikan karena masing-masing memiliki



karakteristik, kebutuhan, dan harapan yang berbeda terhadap informasi yang mereka butuhkan dari media sosial pesantren.

Pertama, kelompok calon santri merupakan audiens yang sangat potensial. Mereka biasanya terdiri dari anak-anak dan remaja yang sedang mencari lembaga pendidikan berbasis keislaman yang tidak hanya menawarkan pembelajaran agama, tetapi juga pengembangan karakter, keterampilan, dan potensi diri. Untuk menarik minat mereka, konten media sosial sebaiknya dirancang dengan pendekatan yang menarik dan edukatif, misalnya melalui video pendek mengenai kegiatan sehari-hari santri, penampilan ekstrakurikuler, atau unggahan interaktif yang mengajak mereka berpartisipasi dalam kuis atau tantangan bertema keislaman. Konten semacam ini mampu membangun hubungan emosional awal antara calon santri dan lingkungan pesantren, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk tertarik mendaftar dan bergabung.<sup>85</sup>

Kedua, audiens yang tak kalah penting adalah wali santri, yaitu para orang tua atau keluarga dari calon santri. Kelompok ini cenderung lebih rasional dan selektif dalam memilih lembaga pendidikan untuk anak-anak mereka. Oleh karena itu, jenis konten yang disajikan kepada mereka sebaiknya mengedepankan aspek informatif dan argumentatif. Informasi mengenai kurikulum



pembelajaran, sistem pembinaan karakter, fasilitas pendidikan, serta testimoni dari wali santri maupun alumni dapat menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan mereka terhadap kualitas pesantren. Media sosial menjadi wadah strategis untuk menampilkan keunggulan institusi secara transparan dan meyakinkan.<sup>86</sup>

Selanjutnya, masyarakat umum juga merupakan segmen audiens yang perlu dijangkau. Meskipun mereka tidak secara langsung terlibat dalam proses pendidikan di pesantren, namun peran mereka sebagai pendukung moral dan finansial sangatlah signifikan. Melalui media sosial, pesantren dapat menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan sosial, dakwah, dan pengabdian masyarakat yang telah dan sedang dilakukan. Dengan demikian, masyarakat dapat terlibat secara aktif dalam membantu keberlangsungan dan pengembangan pesantren, baik melalui donasi, promosi dari mulut ke mulut, atau partisipasi dalam kegiatan kolaboratif.<sup>87</sup> Maka, strategi penyusunan konten hendaknya mempertimbangkan kebutuhan dan minat masing-masing segmen audiens agar setiap pesan yang disampaikan benar-benar efektif dalam mencapai tujuannya.

---

<sup>85</sup>Mujiono, “Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam: Strategi Dan Dampaknya. *IslamicEdu Management Journal* 1 no.1 (2024): 40-51”

<sup>86</sup>Machfudz, ““Communication Effects Word Of Mouth (Wom) In Wali Santri’s Decision On Pesantren Selection.”” *International Journal of Scientific & Technology Research* 8 (2019): 3976-3982.

### c. Menentukan Platform Media Sosial yang Paling Relevan

Setelah target audiens teridentifikasi, langkah berikutnya yang tidak kalah penting adalah menentukan platform media sosial yang paling relevan dengan karakteristik audiens yang dituju serta dengan jenis konten yang akan dibagikan. Tidak semua platform media sosial memiliki daya jangkau dan interaksi yang sama. Masing-masing platform memiliki keunggulan, gaya komunikasi, serta demografi pengguna yang berbeda, sehingga perlu dipilih secara selektif untuk memaksimalkan hasil dari strategi digital yang diterapkan oleh pesantren.

*Facebook* merupakan platform yang memiliki basis pengguna yang cukup luas dan beragam dari segi usia. Platform ini sangat cocok digunakan untuk membangun komunitas daring antara pesantren dengan wali santri maupun masyarakat umum. Fitur-fitur seperti grup, siaran langsung, dan album foto memungkinkan pesantren untuk berbagi informasi dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video secara lebih fleksibel dan interaktif.<sup>88</sup>

Sementara itu, *Instagram* lebih sesuai digunakan untuk menjangkau kalangan muda dengan konten visual yang menarik. Foto-foto kegiatan santri, video singkat tentang suasana lingkungan

---

<sup>87</sup>Henry Jenkins, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (New York: New York: NYU Press, 2013), 40-90.



pesantren, atau infografis edukatif dapat disajikan dengan desain yang estetis dan kekinian untuk menarik perhatian calon santri dari generasi muda. Gaya visual dan narasi yang dibangun dalam Instagram dapat menciptakan citra positif dan modern tentang pesantren, yang akan memperluas daya tariknya.<sup>89</sup>

Selanjutnya, *YouTube* merupakan media yang sangat potensial untuk menayangkan konten dalam format video berdurasi panjang, seperti ceramah para kiai, dokumentasi kegiatan besar pesantren, serta testimoni alumni. Media ini efektif digunakan sebagai sarana dakwah dan edukasi, karena mampu menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai pesantren secara lebih mendalam dan komprehensif kepada audiens yang lebih luas.<sup>90</sup>

Terakhir, *TikTok* yang kini tengah menjadi salah satu platform paling populer di kalangan generasi muda, dapat dimanfaatkan sebagai media kreatif untuk promosi pesantren. Dengan gaya penyajian yang cepat, ringan, dan menghibur, pesantren dapat menyisipkan nilai-nilai pendidikan dan religiusitas ke dalam format video singkat yang mudah diakses dan dibagikan oleh pengguna. *TikTok* memungkinkan pesantren untuk tampil

---

<sup>88</sup>Michael. Kaplan, Andreas M., and Haenlein, ““Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.,”” *Business Horizons* 53. No. 1 (2010): 59–68.

<sup>89</sup>Setiawan, Fawaz, and Ilmi, “Instagram Sebagai Sarana Dakwah Kreatif Untuk Merangkul Generasi Muda Di Madrasah.” *Indonesian Research Journal on Education* 4, no. 3 (2024): 403–411”

<sup>90</sup>Abdi Fauji Hadiono and Fatma Izzatun Nafi’ah, “EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ( Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi ),” *Jkaka (Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam) II*, no. 1 (2022): 1–14.



lebih adaptif dan relevan dengan tren digital masa kini, tanpa mengurangi nilai-nilai keislaman yang diusungnya.<sup>91</sup>

Dengan memahami karakteristik setiap platform dan menyesuaikannya dengan kebutuhan target audiens, pesantren dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat komunikasi yang strategis. Langkah ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik pesantren di mata masyarakat, tetapi juga memperkuat citra lembaga sebagai institusi pendidikan Islam yang responsif terhadap perkembangan zaman.

#### d. Membangun Identitas Digital Pesantren

Dalam era digital, identitas online yang kuat menjadi krusial bagi lembaga pendidikan, termasuk pesantren, untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya. Membangun identitas digital yang konsisten dan profesional dapat membantu pesantren menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan jumlah santri baru. Identitas digital merupakan representasi pesantren dalam dunia maya yang mencerminkan nilai-nilai, visi, dan misinya. Membangun identitas digital yang kuat memerlukan konsistensi dalam visual, narasi, serta interaksi dengan audiens.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup>Zaenal Abidin Matori, “Peluang Dan Tantangan Media Sosial Tiktok Dalam Pendidikan Agama Islam Pada Era Society 5.0,” *INSPIRASI (Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam)* 8, no. 1 (2024): 76.

<sup>92</sup>Rahma Nanda, Nur Azizah, and Mutiatus Sofiah, “Pemasaran Digital Sebagai Katalis Perubahan : Inovasi Dalam Membangun Ketahanan Pesantren” *Jurnal Bintang Manajemen* 2, no. 3 (2024): 29-40.



Beberapa langkah penting dalam membangun identitas digital pesantren adalah sebagai berikut:

1) Membuat Akun Resmi Pesantren di Berbagai Platform Media Sosial

Akun media sosial resmi merupakan wajah digital sebuah lembaga. Pesantren perlu memiliki akun resmi di berbagai platform yang relevan untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan dengan calon santri, wali santri, dan masyarakat umum. Langkah pertama dalam membangun identitas digital adalah dengan membuat akun resmi pesantren pada berbagai platform media sosial yang populer, seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok*. Keberadaan di berbagai platform memungkinkan pesantren menjangkau berbagai segmen audiens dan memaksimalkan penyebaran informasi. Pengelolaan akun resmi ini harus dilakukan secara profesional untuk memastikan konsistensi pesan dan citra yang ingin disampaikan.<sup>93</sup>

2) Mendesain Logo, Warna, dan Tema Visual yang Konsisten untuk Membangun Identitas Brand

Dalam era digital yang terus berkembang, salah satu aspek fundamental yang tidak dapat diabaikan dalam upaya membangun identitas digital sebuah lembaga pendidikan,



khususnya pesantren, adalah keberadaan desain visual yang konsisten. Desain visual bukan hanya sekadar tampilan atau ornamen semata, melainkan merupakan representasi dari jati diri lembaga yang bersangkutan. Dalam konteks pesantren, identitas visual haruslah mampu mencerminkan nilai-nilai keislaman yang menjadi dasar dari seluruh aktivitas dan tujuan pendidikannya, sekaligus memperlihatkan kekhasan serta keunikan yang membedakan pesantren tersebut dari lembaga lain.<sup>94</sup>

Pentingnya konsistensi dalam penggunaan elemen visual menjadi semakin nyata ketika pesantren berupaya memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Ketika desain visual yang digunakan di seluruh kanal digital tampil dengan gaya yang seragam dan terkonsep, hal ini akan memberikan kesan yang kuat, mudah dikenali, serta memperkuat daya ingat masyarakat terhadap brand atau citra pesantren tersebut. Keseragaman ini mencakup berbagai aspek, mulai dari bentuk dan makna logo, pemilihan warna, hingga tema atau gaya visual yang diterapkan dalam setiap konten yang dipublikasikan.

---

<sup>93</sup>Alip Nur Yanto, Wawan Abdullah, and Muammar Zulfiqri, ‘Digitalisasi Pesantren Darul Mustafa Lebak Banten’, *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 16, no.I (2023): 1–19.

<sup>94</sup>Hasan Ibrahim and Irma Rochmawati, ‘Desain Logo Sebagai Identitas Visual Pondok Pesantren Baitul Hidayah’, *Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 03, no.02 (2023): 288–307.



Paul Rand menekankan bahwa logo bukan sekadar simbol visual, melainkan representasi dari filosofi dan identitas yang mendalam dari suatu institusi.<sup>95</sup> Logo yang baik harus sederhana, mudah dikenali, namun tetap bermakna secara konseptual. Prinsip ini dapat diterapkan dalam desain logo pesantren agar mampu merepresentasikan nilai keislaman dan visi lembaga. Don Norman menjelaskan bahwa elemen visual seperti warna dapat membangkitkan respons emosional tertentu yang memengaruhi bagaimana seseorang merasakan dan memahami suatu objek atau lingkungan.<sup>96</sup> Oleh karena itu, dalam desain identitas pesantren, pemilihan warna seperti hijau atau biru dapat memperkuat suasana spiritual dan membangun koneksi emosional dengan audiens

Di samping logo dan warna, aspek lain yang tidak kalah penting adalah tema atau gaya visual dari konten media sosial. Gaya desain yang konsisten akan memberikan kesan profesionalisme dan menunjukkan bahwa pesantren memiliki perencanaan serta pengelolaan yang baik dalam memanfaatkan media sosial. Hal ini sangat penting untuk menciptakan kredibilitas di mata masyarakat, terutama calon wali santri yang mencari lembaga pendidikan Islam yang terpercaya dan terorganisir. Ketika semua konten visual di media sosial

---

<sup>95</sup>Paul Rand, *Design, Form, and Chaos* (New Haven: Yale University Press, 1993), 56-58.



memiliki pola dan ciri khas yang sama, audiens akan lebih mudah mengenali pesantren tersebut, bahkan tanpa harus membaca detail kontennya.<sup>97</sup>

Secara keseluruhan, konsistensi dalam desain visual merupakan bagian integral dari strategi komunikasi digital pesantren. Melalui pendekatan yang terencana dan seragam dalam membangun identitas visual, pesantren akan mampu membentuk citra yang kuat, profesional, dan mudah dikenang oleh masyarakat luas. Identitas visual yang tertata dengan baik tidak hanya meningkatkan daya tarik di mata publik, tetapi juga menjadi jembatan untuk menyampaikan nilai-nilai luhur yang dianut oleh pesantren kepada generasi muda dan masyarakat secara lebih luas melalui medium digital yang efektif dan relevan.

e. Menyusun Bio atau Deskripsi yang Informatif dan Menarik

Dalam membangun kehadiran digital yang kuat, salah satu aspek yang tak boleh diabaikan adalah penyusunan bio atau deskripsi profil pada akun media sosial. Deskripsi ini memiliki fungsi strategis sebagai pintu gerbang awal bagi publik untuk mengenal lebih jauh tentang sebuah pesantren. Bio atau deskripsi yang ditampilkan di profil media sosial berperan sebagai

---

<sup>96</sup>Don Norman, *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things* (New York: Basic Books, 2004), 20-24.

<sup>97</sup>Marty Neumeier, *The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design* (Berkeley: New Riders, 2005), 44-49.



representasi singkat namun padat mengenai identitas lembaga, yang seharusnya mampu menyampaikan informasi penting secara efektif kepada para pengunjung akun, baik itu calon santri, wali santri, maupun masyarakat umum. Oleh karena itu, penyusunan deskripsi ini perlu dilakukan dengan seksama dan menggunakan bahasa yang menarik, informatif, serta mudah dipahami.

Deskripsi yang baik biasanya mencakup elemen-elemen penting seperti visi dan misi pesantren yang mencerminkan arah dan tujuan pendidikan yang diusung, program-program unggulan yang ditawarkan kepada para santri, berbagai fasilitas penunjang yang tersedia untuk mendukung proses pendidikan dan pembinaan, serta nilai-nilai utama yang menjadi landasan filosofis pesantren dalam menjalankan perannya sebagai lembaga pendidikan Islam. Semua informasi ini perlu dirangkai dalam kalimat-kalimat yang komunikatif agar mampu membentuk kesan positif dan membangkitkan minat audiens untuk berinteraksi lebih jauh dengan pesantren.

Lebih dari sekadar teks pengantar, bio atau deskripsi profil media sosial juga berfungsi sebagai alat pemasaran digital yang efektif. Maka dari itu, penulisannya harus memperhatikan unsur-unsur yang dapat memperkuat citra dan meningkatkan kredibilitas pesantren di mata publik. Hal ini dapat dimulai dengan mencantumkan nama resmi pesantren secara jelas dan benar sesuai



dengan nama yang telah dikenal oleh masyarakat luas, sehingga tidak menimbulkan kebingungan atau kesalahan persepsi. Nama resmi ini juga menjadi acuan penting dalam pencarian informasi melalui mesin pencari maupun platform digital lainnya.<sup>98</sup>

Selain itu, sebuah tagline atau motto yang singkat namun bermakna mendalam sangat disarankan untuk ditampilkan dalam bio. Tagline ini sebaiknya mencerminkan nilai-nilai inti atau visi jangka panjang pesantren,<sup>99</sup> seperti semangat untuk membentuk generasi yang berakhhlakul karimah dan memiliki penguasaan terhadap ilmu-ilmu keislaman, termasuk Al-Qur'an. Kalimat pendek yang inspiratif dan khas ini mampu menanamkan kesan mendalam dalam benak pembaca dan menjadikan pesantren lebih mudah dikenali.

Tak kalah penting adalah mencantumkan informasi kontak yang relevan, seperti nomor telepon yang aktif, alamat email yang bisa dihubungi, serta alamat lengkap lokasi pesantren agar memudahkan komunikasi langsung antara pihak pesantren dengan calon santri atau wali santri yang ingin mengetahui lebih lanjut. Seperti yang di ungkapakan oleh Ann Handley bahwa agar setiap konten digital, termasuk deskripsi profil atau halaman informasi, harus memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mengetahui

---

<sup>98</sup>Chris Brogan and Julien Smith, *Trust Agents: Using the Web to Build Influence, Improve Reputation, and Earn Trust* (New Jersey: Wiley, 2009), 36-40.

<sup>99</sup>Sri Wahyuni, "PEMBUATAN WEB PROFILE SEKOLAH TK IT NURUL JANNAH," *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* 4, no. 6 (2023): 71–75.



langkah selanjutnya, seperti menghubungi atau menjalin komunikasi.<sup>100</sup> Donald Miller menekankan bahwa setiap pesan pemasaran yang efektif harus menyertakan ajakan bertindak (call to action) yang jelas, serta menyediakan jalur langsung bagi audiens untuk mengambil langkah berikutnya. Dalam konteks promosi pesantren, penambahan tautan ke situs resmi atau formulir pendaftaran online akan memudahkan proses akses informasi dan pendaftaran calon santri.<sup>101</sup>

Secara keseluruhan, penyusunan bio atau deskripsi yang dirancang dengan pendekatan profesional dan penuh perhatian terhadap detail, akan memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan engagement atau keterlibatan pengguna media sosial. Deskripsi yang menarik dan informatif bukan hanya memperkenalkan pesantren secara komprehensif, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Dalam jangka panjang, hal ini akan menjadi bagian integral dari strategi branding digital pesantren, sekaligus memperkuat posisinya di tengah persaingan lembaga pendidikan Islam lainnya di era digital yang terus berkembang pesat.

f. Menyusun Konten yang Berkualitas dan Menarik

---

<sup>100</sup>Ann Handley, *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content* (New Jersey: Wiley, 2014), 88-91.

<sup>101</sup>Donald Miller, *Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen* (New York: HarperCollins, 2017), 137-141.



Dalam membangun keterlibatan audiens melalui media sosial, pesantren tidak hanya perlu memperhatikan seberapa sering mereka melakukan unggahan, tetapi juga harus menitikberatkan pada kualitas serta keberagaman konten yang dipublikasikan. Salah satu strategi penting yang dapat diterapkan adalah dengan menghadirkan materi-materi edukatif yang bernuansa keislaman. Konten seperti ini mencakup ceramah, kajian, serta tausiyah singkat yang disampaikan langsung oleh kiai atau ustaz. Sajian ini tidak hanya memberikan motivasi dan pengetahuan agama, tetapi juga memperkuat citra pesantren sebagai lembaga pendidikan yang memiliki otoritas keilmuan dalam Islam. Kajian terhadap kitab-kitab klasik juga dapat ditampilkan untuk memperkenalkan metode pembelajaran khas pesantren kepada publik yang lebih luas, sementara ceramah yang mengangkat isu-isu aktual dari perspektif Islam dapat menjangkau kalangan masyarakat yang lebih beragam. Melalui konten semacam ini, pesantren dapat menunjukkan peran aktifnya dalam memberikan pencerahan keagamaan di ruang digital serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.<sup>102</sup>

Selain itu, menampilkan dokumentasi aktivitas keseharian di lingkungan pesantren menjadi bagian penting dari strategi

---

<sup>102</sup>Silvia Riskha Fabriar, *Dakwah Di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2024).



komunikasi yang dijalankan.<sup>103</sup> Dokumentasi tersebut mencerminkan dinamika kehidupan santri yang meliputi kegiatan mengaji, baik di ruang kelas, halaqah, maupun kegiatan di luar ruangan. Tak kalah penting adalah pengajian umum dan berbagai acara keagamaan seperti peringatan hari besar Islam yang diselenggarakan secara rutin. Semua ini memberikan gambaran autentik kepada masyarakat mengenai budaya akademik dan religius yang berkembang di pesantren. Keberadaan konten semacam ini juga mendukung upaya promosi secara tidak langsung karena dapat menyampaikan pesan tentang kualitas lingkungan belajar dan kehidupan spiritual yang kondusif.

Testimoni dari santri maupun alumni pun menjadi salah satu bentuk konten yang sangat efektif dalam membangun citra dan kredibilitas pesantren. Pengalaman yang dibagikan oleh para santri dapat dituangkan dalam bentuk video singkat, kutipan inspiratif, ataupun tulisan reflektif yang menggambarkan manfaat yang mereka peroleh selama menempuh pendidikan di pesantren. Ungkapan-ungkapan personal ini memberikan perspektif yang jujur dan menyentuh bagi calon santri maupun wali santri,

---

<sup>103</sup>Devid Saputra, Abdul Syukur, and Lutfi Muawanah, “Komunikasi Dakwah Antara Kyai Dan Santri Dalam Analisis Strategi Dakwah Di Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah,” *Komunika* 3, no. 2 (2020): 126.



sekaligus memperkuat daya tarik pesantren di mata masyarakat luas.<sup>104</sup>

Penyajian konten yang menarik juga dapat didukung oleh variasi dalam bentuk dan format media yang digunakan. Konten tidak hanya terbatas pada teks atau gambar, tetapi dapat dikembangkan dalam bentuk video pendek yang cepat dan mudah dipahami, infografis yang menyajikan informasi secara visual, siaran langsung kegiatan tertentu melalui fitur live streaming, hingga artikel panjang yang mengulas isu-isu pendidikan Islam atau pengalaman santri secara lebih mendalam. Diversifikasi format ini memungkinkan pesantren untuk menjangkau audiens dengan berbagai preferensi, sekaligus meningkatkan efektivitas pesan yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan semacam ini, media sosial dapat menjadi sarana yang strategis dalam upaya dakwah serta promosi lembaga pendidikan pesantren kepada masyarakat luas.<sup>105</sup>

g. Meningkatkan Interaksi dengan Audiens

Dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan media sosial guna menarik minat calon santri, pesantren perlu memperkuat kualitas interaksi dengan audiens. Interaksi yang efektif akan menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pesantren dan

---

<sup>104</sup>M Kurma Nur Faifatur R, ‘Public Relation Dalam Memelihara Citra Pondok Pesantren’, *Ihtirom; Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 3, No 2 (2024): 206–227.

<sup>105</sup>Nur Komariah et al., “Media Promosi Pondok Pesantren Hayatul Qur'an Indragiri Hilir Riau,” *Jurnal Ilmiah Keislaman* Vol 2, No. 1 (2024): 31–41.



masyarakat, khususnya calon santri maupun wali santri. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan fitur kolom komentar sebagai ruang komunikasi terbuka antara pihak pesantren dan para pengikut akun media sosialnya. Melalui kolom komentar ini, calon santri atau wali santri memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait sistem pendidikan, fasilitas yang tersedia, serta gambaran umum kehidupan santri di lingkungan pesantren. Aktivasi fitur ini juga mencerminkan adanya keterbukaan dan transparansi dalam menyampaikan informasi, yang pada akhirnya dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Responsivitas pesantren dalam menanggapi berbagai pertanyaan di ruang publik digital ini menjadi indikator keseriusan mereka dalam melayani kebutuhan informasi masyarakat. Untuk menjaga kualitas interaksi, pesantren juga dapat menerapkan moderasi terhadap komentar yang masuk, agar percakapan tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh lembaga.<sup>106</sup>

Selain itu, metode interaktif lainnya seperti penyelenggaraan sesi tanya jawab atau siaran langsung bersama kiai dan pengasuh pesantren dapat menjadi pendekatan yang sangat efektif. Dalam sesi tersebut, pesantren dapat menghadirkan kajian atau diskusi tematik yang membahas berbagai aspek kehidupan pesantren, nilai-nilai keislaman, hingga keunggulan program

---

<sup>106</sup>Fungki Febiantoni and others, ‘Penguatan Kebijaksanaan Santri Dalam Bermedia Sosial Melalui



pendidikan yang ditawarkan. Kegiatan seperti ini membuka ruang dialog langsung antara pengelola pesantren dengan calon santri dan wali santri, sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih personal dan mendalam. Platform seperti *Facebook Live*, *Instagram Live*, maupun *YouTube Live* dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Selain menjadi media promosi, aktivitas ini juga menunjukkan keterlibatan aktif pesantren dalam menyapa dan merespons kebutuhan informasi masyarakat secara *real time*.<sup>107</sup>

Lebih lanjut, membangun komunitas daring melalui aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp* atau *Telegram* juga menjadi alternatif yang strategis dalam meningkatkan interaksi. Grup-grup khusus yang dibuat untuk calon santri dapat difungsikan sebagai saluran komunikasi langsung dengan pengelola pesantren atau santri senior, tempat berbagi informasi penting seputar pendaftaran, persyaratan masuk, hingga agenda kegiatan pesantren. Selain itu, grup tersebut juga dapat menjadi sarana penyebarluasan konten edukatif dan inspiratif yang bersifat lebih eksklusif, sehingga menciptakan hubungan yang lebih dekat dan personal antara pesantren dengan calon santri. Dengan pengelolaan yang baik, komunitas digital ini berpotensi membentuk keterikatan emosional

---

Wawasan Informasi Dan Transaksi Elektronik UU ITE', *Masyarakat : Jurnal Pengabdian*, Vol 1, no 2 (2024): 190–196.

<sup>107</sup>Mujiono, "Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam: Strategi Dan Dampaknya." *IslamicEdu Management Journal* 1, no. 1 (2024): 40–51.



dan loyalitas yang tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemungkinan bagi calon santri untuk mengambil keputusan bergabung dengan pesantren tersebut.<sup>108</sup>

h. Memanfaatkan Fitur Iklan Berbayar dan SEO

Dalam era digital, pesantren yang ingin meningkatkan kuantitas santri baru perlu memanfaatkan berbagai strategi pemasaran modern, termasuk fitur iklan berbayar (*paid advertising*) dan pengoptimalan mesin pencari (*Search Engine Optimization/SEO*). Iklan berbayar seperti *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* memungkinkan lembaga pendidikan untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku pengguna. Dengan fitur ini, pesantren dapat menjangkau lebih luas masyarakat yang belum mengenal keberadaannya, sekaligus meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dalam waktu yang relatif singkat.<sup>109</sup>

Selain itu, pengoptimalan kata kunci (*keyword optimization*) dalam konten digital juga sangat penting agar informasi mengenai pesantren dapat ditemukan dengan mudah melalui mesin pencari seperti Google. SEO menjadi alat efektif dalam jangka panjang karena dapat membantu meningkatkan peringkat situs web atau akun media sosial pesantren di halaman

---

<sup>108</sup>Muhammad Ja'far Shidiq and Ai Ilah Warnilah, "Analisis Penerimaan Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Diskusi Guru," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)* Vol 4, no. 2 (2019): 122–131.



pencarian. Semakin tinggi peringkatnya, maka semakin besar peluang pesantren dikunjungi secara daring oleh calon santri dan orang tua mereka.<sup>110</sup>

Strategi lain yang juga relevan adalah menjalin kolaborasi dengan influencer, terutama yang memiliki latar belakang keagamaan atau dikenal luas di komunitas Muslim. Influencer marketing dalam konteks dakwah dan pendidikan Islam dapat menjadi jembatan yang efektif untuk menyampaikan pesan tentang keunggulan pesantren kepada khalayak yang lebih luas. Tokoh agama atau publik figur yang memiliki audiens besar di media sosial mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi dan minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan berbasis pesantren.<sup>111</sup>

Dengan mengintegrasikan strategi iklan berbayar, SEO, dan kolaborasi dengan influencer, pesantren tidak hanya mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga menunjukkan kesiapan untuk beradaptasi dalam era komunikasi digital guna meningkatkan jumlah pendaftar santri baru secara signifikan.

#### i. Evaluasi dan Pengembangan Konten

---

<sup>109</sup>Diqqi Alvin Hasan and others, ‘Salaf Islamic Boarding School Marketing Strategy in the Digital Era’, *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, Vol 7, No 2 (2023): 3318–3324..

<sup>110</sup>Rudi Ferdiansah et al., “Mengidentifikasi Kecenderungan Pencarian Kata Kunci Berdasarkan Tren Pencarian Google Untuk Meningkatkan Kualitas SEO,” *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 5 (2023): 2722–2729.

<sup>111</sup>Alwazir Abdusshomad, “Efektivitas Dakwah Ustaz Influencer Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Religiusitas Generasi Z Di Indonesia,” *Al Muqaddimah, Journal Islamic Studies* 15, no. 5 (2024): 63–75.



Dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi pesantren, evaluasi terhadap performa konten menjadi bagian penting dalam menentukan efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. Salah satu cara yang umum dilakukan adalah dengan menganalisis data *engagement*, seperti jumlah *like*, *share*, komentar, dan *views* dari setiap konten yang diunggah. Indikator-indikator ini memberikan gambaran sejauh mana audiens berinteraksi dengan konten, sekaligus menilai apakah pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian atau tidak.<sup>112</sup>

Platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *YouTube* menyediakan fitur insight atau analitik yang memungkinkan administrator untuk mengakses data secara lebih rinci. Melalui fitur ini, pengelola media sosial pesantren dapat mengetahui jenis konten yang paling diminati, waktu unggah yang paling optimal, serta demografi audiens yang berinteraksi dengan akun tersebut. Informasi ini sangat berguna untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi komunikasi di masa mendatang.

Lebih dari itu, strategi konten tidak bisa stagnan. Perubahan tren digital dan dinamika perilaku pengguna media sosial menuntut setiap lembaga, termasuk pesantren, untuk mampu beradaptasi secara cepat. Oleh karena itu, penting bagi pengelola media sosial pesantren untuk secara berkala menyesuaikan pendekatan

---

<sup>112</sup>Arie Viriawan Ruse, Ferry Jaolis, and Serli Wijaya, “Evaluasi Manajemen Media Sosial



kontennya berdasarkan tren terbaru serta respons dari audiens.

Pendekatan berbasis data seperti ini memungkinkan terciptanya sistem promosi yang lebih dinamis, efisien, dan relevan dengan kebutuhan zaman.<sup>113</sup>

Dengan melakukan evaluasi dan pengembangan konten secara konsisten, pesantren dapat meningkatkan efektivitas komunikasinya di ranah digital, memperkuat citra lembaga, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah santri baru yang mendaftar.

### C. Daya Saing Lembaga

Dalam dunia pendidikan yang kompetitif saat ini, daya saing lembaga menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlangsungan dan keberhasilan suatu institusi. Daya saing tidak hanya berbicara mengenai kemampuan untuk bertahan hidup di tengah persaingan, tetapi juga mencerminkan sejauh mana suatu lembaga memiliki kualitas unggulan yang mampu menarik perhatian publik, membangun kepercayaan masyarakat, dan menumbuhkan loyalitas dari stakeholder-nya. Bagi pesantren, daya saing merupakan cerminan dari kemampuan untuk menjaga relevansi nilai-nilai tradisional sekaligus beradaptasi dengan perubahan zaman, terutama dalam era digital seperti sekarang.

#### 1. Konsep Daya Saing dalam Lembaga Pendidikan Islam

---

Instagram Menggunakan Framework Dragons: Studi Kasus Pada Program Studi Pascasarjana Di Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 17, no. 1 (2023): 17–23.



Daya saing dalam lembaga pendidikan Islam mengacu pada kemampuan institusi tersebut untuk menciptakan nilai tambah (*added value*) dalam layanan pendidikan berbasis keislaman, spiritualitas, dan akhlakul karimah, yang tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan peserta didik, tetapi juga memberikan keunikan tersendiri dibanding lembaga pendidikan lainnya. Menurut Priatna, daya saing lembaga pendidikan diukur dari kualitas kepemimpinan, efektivitas sistem manajemen, mutu lulusan, serta inovasi program yang ditawarkan.<sup>114</sup>

Dalam konteks pesantren, daya saing memiliki indikator yang khas. Keberadaan figur kiai yang karismatik, suasana pembelajaran berbasis kitab kuning, nilai-nilai kemandirian santri, hingga sistem pendidikan berasrama, menjadi keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh lembaga formal konvensional. Namun demikian, keunggulan tersebut belum tentu menjadi daya tarik jika tidak dikomunikasikan dengan baik kepada publik, khususnya generasi muda dan orang tua milenial.<sup>115</sup> Oleh karena itu, keberhasilan membangun daya saing tidak hanya bergantung pada substansi nilai yang dimiliki pesantren, tetapi juga pada strategi penyampaian dan promosi kelembagaan.

## 2. Peran Kiai dalam Meningkatkan Daya Saing

---

<sup>113</sup>Badi'ah, Salim, and Syahputra, "Pesantren Dan Perubahan Sosial Pada Era Digital," *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, Vol 21, no 2 (2021): 349-364.

<sup>114</sup>Tedi Priatna, "Daya Saing Lembaga Pendidikan Di Era Global," *Jurnal Administrasi Pendidikan*, Vol 16, no. 1 (2019): 43.



Kiai sebagai pemimpin pesantren memegang posisi sentral dalam menentukan daya saing lembaga. Kepemimpinan kiai bukan hanya ditentukan oleh otoritas keilmuan dan spiritual, tetapi juga kemampuan dalam membaca situasi sosial, memahami kebutuhan zaman, serta merumuskan strategi kelembagaan yang adaptif dan progresif. Dalam tradisi pesantren, kiai bukan sekadar simbol keberagamaan, melainkan juga decision maker utama yang mengarahkan arah pengembangan pesantren, baik dalam aspek pendidikan, manajemen, maupun komunikasi publik.<sup>116</sup>

Kiai yang visioner akan berupaya meningkatkan reputasi pesantren melalui inovasi program unggulan, pembangunan jaringan dengan alumni dan tokoh masyarakat, serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas pengaruh dakwah dan promosi pesantren. Dalam konteks ini, kiai tidak hanya menjadi pengasuh spiritual, tetapi juga menjadi ikon branding lembaga yang memiliki daya tarik tersendiri.<sup>117</sup> Bahkan, dalam banyak kasus, masyarakat mendaftar anaknya ke pesantren bukan karena lembaganya, tetapi karena tokoh kiai-nya.

### 3. Media Sosial sebagai Instrumen Daya Saing

---

<sup>115</sup>Nurlina Nurlina, Diding Nurdin, and Eka Prihatin, ‘Strategi Peningkatan Daya Saing Melalui Program Pembelajaran Berbasis Pendidikan Islam’, *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, Vol 7, no 5 (2023): 6052–6064.

<sup>116</sup>Maulida Qurratul Aini, ‘Peran Kepemimpinan Kyai Dalam Manajemen Strategi Pendidikan Pesantren’, *Leadership:Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No 2 (2020): 184.

<sup>117</sup>Pepen Supendi, Aan Hasanah, and Mahmud Mahmud, “Transformational Leadership in Pesantren on as Sa’idah, Al Matuq, and Sunanul Huda Boarding School,” *Jurnal Pendidikan Islam* Vol 7, no. 2 (2019): 303–316.



Di era digital, daya saing lembaga sangat berkaitan erat dengan sejauh mana institusi mampu memanfaatkan media sosial secara efektif. Media sosial bukan lagi sekadar ruang dokumentasi, tetapi sudah menjadi arena kompetisi identitas dan reputasi lembaga. Menurut Kotler, media sosial adalah bagian dari strategi pemasaran yang mampu membentuk persepsi publik secara luas dan cepat.<sup>118</sup> Pesantren yang aktif memproduksi konten digital secara rutin dan terarah akan lebih mudah dikenal, dipercaya, dan diakses oleh masyarakat.

Penggunaan media sosial seperti Instagram, *YouTube*, *TikTok*, dan *Facebook* telah membuka peluang besar bagi pesantren dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama kalangan *Gen Z* dan *milenial*. Narasi yang dibangun melalui media sosial memungkinkan pesantren menunjukkan sisi humanis, modern, serta relevansi ajaran keislaman terhadap kehidupan sehari-hari. Hal ini memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing lembaga di tengah kompetisi antar institusi pendidikan.<sup>119</sup>

#### 4. Faktor-Faktor Penentu Daya Saing Pesantren

---

<sup>118</sup>Putra Baisan et al., “Strategi Meningkatkan Citra Positif Pada Pondok Pesantren Serambi Mekkah Melalui Publikasi Media Sosial,” *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, Vol 2, no. 1 (2025): 93–108.

<sup>119</sup>Laelatul Khodriyah and Nita Yuli Astuti, ‘Pemanfaatan Media Digital Sebagai Strategi Untuk Mengembangkan Dakwah Di Pondok Pesantren’, *JURPENDIS: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, Vol 2, no 2 (2024): 87–92.



Daya saing sebuah pondok pesantren sangat dipengaruhi oleh beragam faktor yang secara umum dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup elemen-elemen yang berasal dari dalam tubuh pesantren itu sendiri, seperti mutu pengasuhan dan pembelajaran yang diberikan kepada santri, tingkat profesionalisme para tenaga pendidik dalam menjalankan peran edukatif dan pembinaan karakter, serta visi kepemimpinan yang dimiliki oleh kiai sebagai pengasuh utama. Pengasuhan yang berbasis pada nilai-nilai keislaman yang kuat dan metode pembelajaran yang relevan dengan perkembangan zaman akan memberikan kontribusi besar terhadap pencapaian prestasi santri, baik dalam aspek akademik maupun moral spiritual. Selain itu, keterlibatan aktif alumni dalam mendukung program-program pesantren, baik secara moral, material, maupun jaringan, turut menjadi indikator penting dari kekuatan institusi tersebut.<sup>120</sup>

Sementara itu, faktor eksternal juga tidak kalah pentingnya dalam membentuk citra dan daya saing sebuah pesantren. Dukungan dari masyarakat sekitar sangat menentukan, terutama dalam membangun reputasi lembaga sebagai institusi pendidikan yang dipercaya dan dihormati. Pesantren yang mampu menjalin hubungan harmonis dan kolaboratif dengan lingkungan sosial akan lebih mudah berkembang dan mendapatkan legitimasi dari publik. Di samping itu,

---

<sup>120</sup>Khotdriyah and Astuti, ‘Pemanfaatan Media Digital Sebagai Strategi Untuk Mengembangkan



kemitraan strategis dengan berbagai pihak eksternal seperti lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dunia industri, maupun organisasi sosial keagamaan dapat memberikan manfaat besar dalam bentuk peningkatan sumber daya, pembaruan kurikulum, hingga akses terhadap peluang beasiswa atau pelatihan. Strategi komunikasi publik yang efektif, seperti melalui media massa, media sosial, atau publikasi kegiatan, juga menjadi jembatan penting dalam menyampaikan eksistensi dan keunggulan pesantren kepada khalayak luas.<sup>121</sup>

Lebih jauh, dalam era digital saat ini, kesiapan pesantren dalam hal infrastruktur teknologi dan tingkat literasi digital warga pesantren menjadi aspek yang semakin krusial. Pesantren yang sudah memiliki tim pengelola media sosial yang terlatih, situs web yang aktif dan informatif, serta strategi branding kelembagaan yang terencana dengan baik, cenderung lebih mampu menjangkau target audiens yang lebih luas dan beragam. Media sosial bukan hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga media dakwah, promosi, serta pembentuk persepsi publik terhadap nilai dan identitas pesantren. Dalam konteks ini, kehadiran pesantren secara aktif di ruang digital memberikan ruang untuk memperkenalkan program unggulan, menampilkan profil santri

---

Dakwah Di Pondok Pesantren' *JURPENDIS: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, Vol 2, no 2 (2024): 87-92.

<sup>121</sup>M. Kurma Nur Faifatur R and Zamilul Mas'ad, 'Public Relation Dalam Memelihara Citra Pondok Pesantren', *Ihtirom; Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 3 no. 2 (2024): 206–227.



dan alumni, serta membangun reputasi sebagai lembaga yang responsif terhadap kebutuhan zaman.<sup>122</sup>

Tantangan sekaligus peluang bagi pesantren adalah memadukan tradisi yang mengakar dengan gaya visual dan narasi modern. Nilai-nilai seperti kitab kuning, kesederhanaan hidup, dan bimbingan kiai dapat menjadi daya tarik jika dikemas secara menarik bagi generasi muda. Identitas pesantren yang otentik namun relevan secara digital akan memperkuat daya saingnya di tengah persaingan pendidikan global.

##### 5. Tantangan dan Peluang dalam Meningkatkan Daya Saing

Meskipun banyak pesantren memiliki potensi besar untuk bersaing, tidak sedikit yang masih menghadapi tantangan serius. Beberapa kendala utama antara lain keterbatasan sumber daya manusia di bidang media, minimnya pelatihan branding digital, ketergantungan pada pola komunikasi konvensional, hingga kekhawatiran bahwa media sosial akan mengganggu kesederhanaan dan adab pesantren.<sup>123</sup>

Namun demikian, peluang juga terbuka lebar. Pesantren yang mampu mengemas nilai-nilai luhur keislaman dalam narasi visual yang menarik akan memiliki nilai tambah yang tinggi. Konten seperti ceramah kiai, testimoni santri, dokumentasi kegiatan sosial, atau inspirasi kehidupan di pondok dapat menjadi kekuatan promosi yang

---

<sup>122</sup>Siti Badi'ah, Luthfi Salim, and Muhammad Candra Syahputra, "Pesantren Dan Perubahan Sosial Pada Era Digital," *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, Vol 21, no. 2 (2021): 349–364.



autentik dan menggugah. Jika didukung oleh strategi komunikasi yang terencana, pesantren tidak hanya akan mampu bertahan, tetapi juga menjadi pelopor dalam pendidikan Islam berbasis digital.<sup>124</sup>

#### 6. Integrasi Nilai Tradisional dan Transformasi Digital

Salah satu tantangan terbesar dalam pengembangan daya saing pesantren adalah menjaga keseimbangan antara pelestarian nilai tradisi dengan tuntutan modernitas. Pesantren tidak boleh kehilangan jati dirinya, namun juga tidak boleh terjebak dalam ketertinggalan zaman. Di sinilah pentingnya peran Kiai dalam menjembatani dua kutub ini: menjaga keaslian dan kesucian nilai-nilai pesantren sembari merangkul teknologi digital sebagai alat syiar dan pengembangan lembaga.<sup>125</sup>

Dalam jangka panjang, pesantren yang sukses adalah yang mampu membangun karakter santri yang unggul secara spiritual, intelektual, dan sosial, serta mampu mengomunikasikan keunggulan tersebut kepada publik dengan bahasa yang mudah dipahami dan media yang sesuai zaman. Maka daya saing lembaga bukan sekadar tujuan manajerial, tetapi merupakan bagian dari misi dakwah dan pendidikan Islam yang kontekstual dan berorientasi masa depan.<sup>126</sup>

#### 7. Manajemen Lembaga Pendidikan Islam

---

<sup>123</sup>Khuzinatul Asrori, Khuzaimatul Baroroh, and Muhammad Mahmudi, “Kondisi Dan Tantangan Pesantren Di Era Millenial,” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, Vol 7, no. 1 (2024): 154–163.

<sup>124</sup>Deddy Suprapto et al., “Tingkatkan Kreativitas Santri : Pelatihan Pembuatan Video Promosi Online Di Pesantren Darul Muttaqien Jember,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)* 5, no. 1 (2025): 61–67.

<sup>125</sup>Hasmiza and Muhtarom, “Kiai Dan Pengembangan Kurikulum Pesantren Di Era Digitalisasi.”*Arfannur*, Vol 3, no 3 (2022): 137-150.



Manajemen adalah seni dan ilmu dalam mengatur sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. George R. Terry menjelaskan bahwa fungsi manajemen terdiri dari: planning, organizing, actuating, dan controlling (POAC). Dalam lembaga pendidikan Islam seperti pesantren, keempat fungsi ini tidak terlepas dari peran sentral kiai.<sup>127</sup>

Sebagai pemimpin pesantren, kiai tidak hanya merancang visi dan arah strategis lembaga, tetapi juga mengorganisasi struktur kepengasuhan, pengajaran, dan tim media sosial. Ia menggerakkan SDM seperti asatidz dan santri, serta melakukan kontrol kualitas terhadap seluruh proses pendidikan, termasuk aktivitas digital.

Henry Fayol mengemukakan bahwa prinsip manajemen seperti koordinasi, disiplin, dan keadilan harus diterapkan dalam pengelolaan lembaga agar tercipta keteraturan dan keharmonisan kerja.<sup>128</sup> Dalam konteks pesantren, nilai-nilai tersebut diintegrasikan dengan prinsip Islam seperti amanah, ikhlas, dan maslahat.

Transformasi digital juga menuntut pesantren untuk memperluas cakupan manajemennya pada aspek teknologi informasi dan branding kelembagaan. Oleh karena itu, kiai sebagai pimpinan

---

<sup>126</sup>Ahidul Asror, “Dakwah Transformatif Lembaga Pesantren Dalam Menghadapi Tantangan Kontemporer,” *Jurnal Dakwah*, Vol 15, no. 2 (2014): 289–312.

<sup>127</sup>Syarhani Syarhani, “Manajemen Pendidikan Islam, Konsep, Fungsi Dan Prinsip,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, Vol 16, no. 6 (2022): 207.

<sup>128</sup> Henri Fayol, *General and Industrial Management* (London: London: Pitman, 1949), 45.



tidak hanya harus piawai dalam aspek keilmuan dan spiritual, tetapi juga adaptif terhadap perubahan manajerial modern.<sup>129</sup>

---

<sup>129</sup> Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 33.