

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, teknologi digital menjadi kompetensi yang sangat penting dalam bidang pendidikan termasuk di lingkungan pesantren. Pondok pesantren memiliki peran penting dalam mengembangkan dan membentuk generasi muda untuk memahami nilai-nilai agama, tetapi pesantren juga mampu menghadapi dan mengikuti tantangan dunia modern. Saat ini pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu yang sangat dibutuhkan terutama dalam bidang pendidikan. Teknologi digital tidak hanya memberikan kemampuan terhadap penggunaan perangkat digital, tetapi memahami informasi yang diperoleh secara kritis, etis, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, bagi pondok pesantren sangat penting untuk bisa memanfaatkan.

Teknologi Digital menurut Rippa dan Secundo (2018, hlm 8), yaitu teknologi digital dibagi kedalam 3 bagian yaitu *Digital Artifact*, *Digital Platform* dan *Digital Infrastructure*. Artefak digital (*Digital Artifact*) merupakan sebagai komponen digital, aplikasi atau konten media yang termasuk bagian dari produk atau layanan baru dan menawarkan kepada fungsionalitas atau nilai tertentu kepada end-user. Platform digital (*Digital Platform*) sebagai platform berbasis perangkat lunak yang dibuat oleh basis kode yang dapat dikembangkan dari sistem baerbasis perangkat lunak yang menyediakan fungsionalitas inti yang dibagi oleh modul-modul dengan beroperasi. Infrastuktur digital (*Digital Infrastructure*) merupakan sebagai alat teknologi digital dan sistem yang menawarkan kemampuan komunikasi, kolaborasi, dan komputasi. Penggunaan infrastuktur digital merupakan proses sosioteknik yang diartikan oleh Tilson dkk (2010, hlm 56) sebagai digitalisasi, yang menanamkan signifikan pada perubahan tingkat kognitif, sosial dan kelembagaan.

Di Indonesia lembaga pendidikan nonformal seperti pondok pesantren memiliki peran penting dalam mencetak generasi yang berakhlak mulia serta taat dalam agama, tetapi pesantren juga mampu menjawab dan mengikuti tantangan zaman di era digital saat ini. Pesantren dikenal sebagai pusat pendidikan agama

Islam yang mengajarkan dan menanamkan nilai-nilai moral dan spiritual. Pesantren sebagai lembaga pendidikan berbasis agama dan mengikuti tantangan dalam mengintegrasikan teknologi digital kedalam proses pendidikan. Namun, banyak pesantren yang masih terjebak dalam paradigma tradisional yang kurang memahami terhadap perkembangan teknologi yang pesat. Saefulmilah (2020) dan Moch Rizwan (2025, hlm 314) berpendapat bahwa Hal ini menjadi krusial karena jika pesantren tidak segera mengembangkan literasi digital, para santri akan tertinggal dalam memberikan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan zaman. Oleh karena itu penelitian tentang upaya pemanfaatan teknologi digital oleh pengurus pesantren dalam pendidikan santri menjadi penting untuk mengembangkan kualitas para santri dalam pendidikan yang berbasis teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Subroto et al.2023) tentang penerapan teknologi di sekolah-sekolah Indonesia menunjukkan bahwa penerapan keterampilan teknologi masih terbatas dan tidak merata. Namun, sedikit sekali yang meneliti atau mengkaji pemanfaatan teknologi dalam konteks pesantren yang memiliki tantangan tersendiri. Padahal, pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang berperan penting dalam membentuk dan mengembangkan karakter generasi muda. Di era digital saat ini, pesantren perlu mengembangkan generasi muda untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Penelitian ini berfokus untuk mengisi ketidakpahaman tersebut, dengan meneliti bagaimana pengurus pesantren membentuk atau menjaga karakter santri di era digital ini, karena saat ini banyak santri yang mengikuti trend tanpa menjaga sikap dan moral sebagai seorang santri.

Pesantren sebagai institusi pendidikan Islam tradisional, juga tidak luput dari pengaruh positif yang diberikan oleh teknologi. Penggunaan teknologi di pesantren dapat memberikan keuntungan signifikan dalam meningkatkan mutu pendidikan, memperluas aksesibilitas, dan mempersiapkan santri untuk menghadapi tantangan zaman. Penggunaan teknologi di pesantren telah membawa dampak baik dalam berbagai aspek pendidikan, seperti akses pendidikan yang lebih luas, partisipasi aktif santri, serta pelatihan dan pengembangan para guru. Dalam

hal ini, teknologi telah menciptakan kesempatan baru dan menawarkan solusi yang kreatif.

Bagi pondok pesantren pemanfaatan teknologi digital memberikan peluang besar untuk meningkatkan efektivitas dan kualitas pada pesantren. Tetapi di zaman modern atau lebih tepatnya di era digital saat ini pesantren dituntut untuk turut serta memanfaatkan teknologi digital bagi para santri dalam pendidikan. Hal ini penting agar santri tidak tertinggal dalam keterampilan teknologi di era digital dan tidak kaku dalam penggunaan teknologi, sehingga mampu berdakwah secara kreatif melalui media digital dan berperan aktif dalam kehidupan sosial masyarakat yang serba digital. Dengan memanfaatkan teknologi, pesantren dapat menyampaikan informasi dengan lebih cepat dan menciptakan metode pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik bagi para santri. Namun tantangan utama dalam pengembangan pembelajaran literasi digital di pondok pesantren adalah keterbatasan infrastruktur dan keterampilan digital.

Penggunaan teknologi digital di pondok pesantren perlu dioptimalkan dengan maksimal karena kemajuan ini memiliki dampak positif dan negatif. Teknologi digital mampu memicu semangat santri dalam mengembangkan potensi diri, sebab dengan teknologi digital, proses belajar maupun pengembangan institusi menjadi lebih efisien dan terstruktur. Namun, efek buruknya membuat santri terbuai bahkan tergantung pada kemajuan teknologi digital yang dapat merusak kreativitas mereka. Oleh sebab itu, diperlukan upaya untuk menemukan strategi yang tepat guna mengembangkan pemanfaatan sistem digital di pondok pesantren, yang melibatkan berbagai tahap mulai dari perencanaan, pengawasan, sampai evaluasi. Usaha ini mencakup berbagai elemen seperti sasaran, sumber daya manusia, kurikulum, dan lingkungan (Kholifah 2022, hlm. 56).

Madjid berpendapat bahwa “slogan masyarakat madani akan dengan mudah terwujud jika lembaga pondok pesantren responsif terhadap kemajuan dunia modern” (Nurkholis Madjid: 1997, 49). Dalam konteks ini, pondok pesantren dipercaya sebagai lembaga yang mampu mendampingi dan mengembangkan pendidikan di Indonesia sebagai benteng untuk mencerdaskan bangsa dan membangun karakter yang khas dengan dasar keilmuan agama

Di zaman digital sekarang, setiap bidang berusaha keras untuk memperkuat identitas dan popularitas lembaga yang didirikan sesuai dengan kepentingan masing-masing dengan mempromosikan mereknya dalam dunia digital yang disebut sebagai *Digital Branding*. Menurut Kolter (2019), *Branding* merupakan sebuah nama, istilah, atau simbol yang bertujuan untuk mengenali produk atau layanan agar memiliki keistimewaan dibandingkan yang lain. Dengan kata lain, branding adalah metode yang digunakan untuk membuat identitas dasar dari produk, layanan, atau organisasi lebih mudah diingat oleh publik karena ciri-cirinya (Maulana et al., 2022).

Secara umum, Pondok Pesantren sering dipandang sebagai lembaga pendidikan yang kaku dan tertinggal dibandingkan dengan lembaga pendidikan formal. Oleh sebab itu, sangat krusial bagi pondok pesantren untuk mempromosikan lembaganya agar eksistensi, identitas, dan kelebihanannya dapat dikenali lebih luas. Menurut (Maulana et al., 2022) dalam pelaksanaannya, Pondok pesantren memiliki tiga peran utama, yaitu sebagai Institusi Pendidikan Islam, Institusi Dakwah, dan Institusi Pengembangan Masyarakat. Dengan mempertimbangkan peran penting pondok pesantren, tentunya harus menyesuaikan diri dengan kemajuan zaman dalam pelaksanaan aktivitas yang memiliki tujuan dari pondok pesantren. Karena itu, penting bagi pondok pesantren untuk berpartisipasi dalam memanfaatkan Platform Digital demi membangun citra yang positif di kalangan masyarakat.

Peneliti sebelumnya adalah Saddam Aziz Nasution (2023) Mahasiswa Politeknik Unggul LP3M, dengan judul penelitian “Penggunaan Teknologi Digital Untuk Memasarkan Jasa Pendidikan Di SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran melalui strategi penyediaan akses informasi dengan konten di berbagai platform digital, seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan lainnya, bertujuan untuk membangun citra lembaga pendidikan yang ikonik dan menarik. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada penekanan pada pemanfaatan *Digital Branding* untuk mempromosikan lembaga pendidikan. Perbedaannya penelitian sebelumnya yang menekankan penggunaan

teknologi digital untuk menciptakan branding lembaga pendidikan yang unik dan mencolok. Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi *Digital Branding* untuk memperbaiki citra institusi dan meningkatkan jumlah santri (Media et al., 2023).

Citra positif dari suatu lembaga atau organisasi adalah aset, karena memengaruhi pandangan konsumen terhadap komunikasi dan operasional organisasi dalam berbagai aspek. Karena itu, institusi pendidikan perlu berupaya membangun citra yang baik di mata masyarakat. Citra yang demikianlah yang akan mengarahkan masyarakat umum untuk memutuskan apakah mereka akan mendaftarkan anak-anaknya ke institusi itu atau tidak. Dalam situasi seperti ini, branding atau pemasaran yang dilakukan oleh sebuah lembaga sangat penting untuk memastikan keberlangsungan hidup di pondok pesantren, terutama dalam memperoleh dan meningkatkan jumlah santri. Tidak hanya kualitas yang harus dijaga oleh pondok pesantren, tetapi juga penting untuk mengenalkan program-program yang ditawarkan kepada masyarakat luas, karena tanpa pengenalan, pondok pesantren mungkin tidak akan dikenal oleh masyarakat umum. Terlebih untuk mereka yang baru mendirikan pondok pesantren (Hermanto et al., 2024).

Salah satu pendekatan branding yang dapat diterapkan di zaman digital ini adalah *Digital Branding*. Merupakan cara branding yang berfokus pada digital dengan memanfaatkan jaringan internet serta berbagai platform digital yang telah umum dipakai oleh masyarakat. Pelaksanaan *Digital Branding* di pondok pesantren umumnya memanfaatkan media sosial yang kini sangat beragam seperti instagram, youtube, facebook, tiktok, dan lain-lain. Melalui pemanfaatan media sosial, pesantren akan lebih mudah dalam menyampaikan informasi dan mempublikasikan berbagai kegiatan yang diadakan di pesantren. Penerapan *Digital Branding* yang efektif dan akurat dapat memengaruhi keyakinan serta rasa cinta masyarakat terhadap pondok pesantren.

Menurut Fred R. David (2020, hlm.39) menyatakan bahwa manajemen strategi merupakan pola tindakan dalam aliran keputusan organisasi yang menunjukkan arah jangka panjang. Strategi ini meliputi tiga aspek utama, yaitu:

- a. Perencanaan (*planning*) yaitu penentuan tujuan dan sasaran branding pesantren serta media digital yang akan digunakan.

- b. Pelaksanaan (*implementing*) yaitu implementasi publikasi, promosi dan interaksi melalui digital berbagai platform seperti instagram, you tube, tiktok dan lainnya.
- c. Evaluasi (*evaluating*) yaitu proses penilaian efektivitas strategi *Digital Branding* terhadap hasil yang dicapai berdasarkan peningkatan minat dan jumlah santri.

Menurut pandangan para ahli yang telah diungkapkan sebelumnya, dapat disimpulkan strategi merupakan suatu rencana tindakan yang terarah dan terstruktur yang disusun suatu lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu dengan pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya secara optimal. Dalam konteks penelitian ini, strategi dapat dipahami sebagai langkah-langkah sistematis yang dilaksanakan oleh pihak pondok pesantren Sabilul Huda dalam merencanakan, implementasi dan evaluasi mengenai pemanfaatan teknologi digital yang berguna mendukung pengembangan lembaga pesantren, khususnya dalam aspek publikasi dan peningkatan citra pesantren. Strategi melibatkan unsur perencanaan jangka panjang, pengambilan keputusan yang tepat dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan sekitar terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin banyak terhadap penggunaan digital. Oleh karena itu, strategi dalam konteks pesantren bukan hanya bersifat administratif, tetapi berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan sebuah lembaga, melalui strategi digital yang tepat, pesantren dapat memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik minat santri baru tanpa menghilangkan nilai-nilai keislaman yang menjadi dasar pendidikan pesantren.

Digital Branding dalam penelitian ini merupakan upaya membangun dan memperkuat citra pesantren melalui media digital seperti instagram, you tube, tiktok dan platform lainnya. Menurut Kotler & Keller (2016) *digital branding* merupakan upaya membangun citra dan reputasi merek melalui media digital untuk menciptakan hubungan dengan audiens. Berdasarkan pendapat ahli yang telah dijelaskan sebelumnya, *Digital Branding* dalam konteks pesantren adalah upaya terencana pesantren dalam membangun, memperkuat dan mempertahankan citra positif lembaga dan memperluas jangkauan informasi melalui platform digital

seperti media sosial, website, dan konten video agar dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki nilai pembeda dari lembaga lainnya.

Santri Sabilul Huda secara keseluruhan memiliki latar belakang pendidikan beragam, ada santri yang melanjutkan sekolah dan santri yang putus sekolah, hal ini sangat mempengaruhi pemanfaatan teknologi digital oleh pengurus pesantren terhadap pendidikan karakter santri. Di pondok pesantren Sabilul Huda sangat terbiasa membaca teks arab klasik, tetapi masih lemah dalam literasi modern seperti literasi digital dan literasi informasi. Oleh karena itu, minat membaca santri Sabilul Huda masih rendah di luar kajian agama. Keterbatasan fasilitas digital di pesantren Sabilul Huda juga membuat pemanfaatan teknologi digital santri kurang optimal.

Keterlibatan pondok pesantren sangat penting sebagai lembaga yang mempelajari beragam ilmu agama, terutama dalam menghasilkan generasi yang terdidik. Dalam konteks ini, pondok pesantren berperan sebagai pendidikan sepanjang hayat dan sebagai lembaga yang konsisten dalam menjalankan fungsinya sebagai pusat pengembangan ilmu agama yang berkaitan dengan pembentukan karakter para santri agar tetap sesuai dengan tujuan pendidikan Islam dan pendidikan Nasional. Pondok pesantren adalah lokasi pendidikan bagi santri-santri yang mempelajari ilmu agama Islam di bawah bimbingan dan arahan seorang kyai serta para ustadz. Peran pesantren dalam mengembangkan dan memelihara karakter santri adalah dasar yang sangat fundamental dan memiliki peranan yang sangat penting bagi kehidupan bangsa Indonesia, terutama bagi para santri.

Pemanfaatan *digital branding* untuk pengembangan lembaga pesantren termasuk hal penting untuk dimanfaatkan khususnya dalam lembaga pendidikan. Hal ini karena teknologi akan mempermudah proses pengembangan pesantren. Pemanfaatan atau pengembangan teknologi digital di pondok pesantren, para santri mampu mengembangkan pemikiran serta menciptakan inovasi baru seperti konten santri.

Pondok pesantren Sabilul Huda berfokus bagaimana pengurus pesantren Sabilul Huda dalam memanfaatkan *Digital Branding* untuk meningkatkan jumlah santri di lembaga pesantren di era digital yang memiliki strategi implementasi pendidikan tersendiri. Pondok pesantren Sabilil Huda Cicurug Ojo Kota

Tasikmalaya adalah sebuah pondok pesantren yang menerapkan metode pembelajaran tradisional dan membatasi pemanfaatan teknologi digital, terutama ponsel, untuk para santrinya. Pondok pesantren Sabilul Huda tetap menerapkan pengajaran kitab-kitab kuning menggunakan metode sorogan dan wetonan. Akan tetapi, santri di pondok pesantren Sabilul Huda juga menjalani pendidikan formal di luar lingkungan pesantren dengan beberapa tingkatan seperti di Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan tingkat kuliah.

Pesantren Sabilul Huda sebagai salah satu lembaga pendidikan islam yang memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi digital oleh pengurus pesantren. Melalui kegiatan pendampingan pengurus pesantren, pondok pesantren dapat berkontribusi secara nyata dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pendidikan santri dengan memberikan waktu santri untuk penggunaan digital. Misalnya, penggunaan Handphone untuk pembelajaran di pendidikan formal, pembuatan konten kreatif dan pelatihan pengelolaan media sosial untuk berdakwah yang bermanfaat bagi santri dan masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan perspektif pendidikan masyarakat yang menekankan pentingnya pemberdayaan, kecakapan hidup dan pendidikan

Salah satu faktor penting dalam keberhasilan pemanfaatan teknologi digital di pondok pesantren adalah kesadaran dan kesiapan dari semua pihak yang terlibat terutama pada pengurus pesantren. Pemanfaatan teknologi digital bukan sekedar tentang penggunaan teknologi saja, tetapi harus bisa menciptakan dan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan lingkungan belajar yang lebih efektif bagi pendidikan santri. Oleh karena itu, pembinaan pengurus pesantren berkelanjutan sangat diperlukan agar seluruh elemen pondok pesantren Sabilul Huda memiliki keterampilan digital yang memadai.

Lembaga pendidikan Islam perlu memiliki daya tarik untuk memenuhi harapan masyarakat atau konsumen yang menjadi pelanggan pendidikan. Apabila institusi pendidikan memiliki branding digital yang efektif, maka citra serta mutu pendidikan akan terpelihara dan mengalami peningkatan. Jika tidak demikian, lembaga pendidikan tersebut akan mengalami penurunan dalam kualitas dan kuantitas, kehilangan daya tarik, minat masyarakat atau klien bahkan kepercayaan

publik terhadap pendidikan. Dengan demikian, untuk menjadikan pengembangan pondok pesantren efektif pada era modern saat ini, diperlukan strategi *Digital Branding* yang menarik dan efektif, sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas serta kuantitas pondok pesantren.

Pondok Pesantren Sabilul merupakan salah satu institusi pendidikan Islam yang hanya dikenal oleh komunitas lokal. Peneliti mencatat adanya tingkatan pembinaan yang cukup menarik yang dilakukan di pondok pesantren Sabilul Huda dan cukup unggul, seperti pembinaan tahfidz matan alfiyah, tahfidz jauhar tauhid, tahfidz mantiq dan tahfidz jauhar maknun yang diberikan tugas kepada seluruh santri sesuai tingkatan belajar atau kelas mengaji, adanya kegiatan rutin bulanan seperti kegiatan SALISAN (Silaturahmi Wali Santri Mustautin) dan kegiatan HASABDA yang dilaksanakan setiap sebulan sekali atau disebut dengan pengajian bulanan di Pondok Pesantren Sabilul Huda kegiatan ini merupakan kegiatan yang jarang dilakukan di pondok pesantren lainnya.

Pembinaan tahfidz matan alfiyah dan lainnya dilakukan dengan cara diberinya target kepada seluruh santri dengan sesuai tingkatan atau kelas, seperti kelas satu tsanawi diwajibkan untuk menalar matan alfiyah sebanyak 20 bet selama satu minggu. Dengan selalu diadakannya juga setiap tahun dalam acara PHBI santri diadakannya uji publik tahfidzul mutun. Pembelajaran kitab kuning melalui metode sorogan/pembimbingan dalam membaca kitab kuning. Santri yang berada di tingkat ma`had akan menjalani ujian berupa uji public mimbar (membaca tahlil, ceramah agama, Musabaqoh Tilawatil Quran, dan Musabaqah Qira`atul Kutub), tujuan dari ini adalah untuk mempersiapkan santri ketika mereka berinteraksi di masyarakat.

Keunggulan yang ada di pondok pesantren Sabilul Huda Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya sungguh disayangkan bila hanya dikenal oleh komunitas di sekitarnya. Untuk memperbaiki mutu dan jumlahnya dalam memperkenalkan sebuah pondok atau lembaga pendidikan secara umum yang memiliki dampak besar akan menarik minat masyarakat, siswa baru, atau konsumen salah satu metodenya yaitu menunjukkan kelebihan dan aktivitas sehari-hari yang menarik serta bermanfaat melalui branding digital. Strategi branding digital ini adalah sumber utama untuk meningkatkan kualitas dan jumlah sumber daya yang dilakukan oleh institusi

pendidikan. Instansi pendidikan menggunakan strategi branding digital yang efektif untuk mencapai dan mempertahankan tujuan yang diinginkan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas atau citra lembaga yang diharapkan dari para santri. Semakin banyaknya calon santri yang bergabung dengan pondok pesantren dapat memperbaiki citra positif institusi di mata masyarakat.

Pondok Pesantren Sabilul Huda Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya telah mengimplementasikan berbagai strategi branding digital untuk mengembangkan pondok pesantren tersebut, dengan cara membagikan foto dan video tentang kegiatan positif, pengajian, kegiatan bulanan, serta aktivitas lainnya melalui media sosial yang mudah diakses oleh semua orang seperti Facebook, Instagram, Tiktok, menyediakan alamat website, serta konten YouTube yang menyajikan informasi mengenai pondok pesantren Sabilul Huda. Dalam melaksanakan strategi *Digital Branding* pesantren, Sabilul Huda memiliki tim yang mengelola media sosial yang digunakan. Tim pengurus itu terdiri dari 3 orang multimedia dengan tanggung jawab masing-masing, dan mereka masih merupakan santri dari pondok pesantren Sabilul Huda.

Pondok pesantren Sabilul Huda sebagai institusi pendidikan yang awalnya fokus pada pendidikan Islam kini dalam transisi dari sistem tradisional menuju pendidikan Islam modern dengan menerapkan strategi tertentu, sehingga dapat diasumsikan berpotensi meningkatkan jumlah santri, terbukti dengan peningkatan jumlah santri yang terdaftar. Pada tahun 2020 Ponpes Sabilul Huda belum menggunakan sosial media dan terdapat jumlah santri sebanyak 59 santri, kemudian berjalannya waktu dan berubahnya kepengurusan pesantren mulai menggunakan sosial media pada tahun 2021 dan terus berusaha mengembangkan hingga saat ini. Tahun 2023 tercatat jumlah santri yang mendaftar sebanyak 70 santri, seluruh santri itu berasal dari daerah jauh maupun dekat. Mereka tinggal di pesantren hingga periode belajarnya berakhir. Setelah itu, pada tahun 2024 terjadi peningkatan mencapai 73. Pada tahun 2025 berjumlah 73 dan pada tahun 2026 strategi *Digital Branding* ditingkatkan lagi namun masih belum terlihat atau dikenal oleh banyak orang. Namun jumlah santri baru yang mendaftar meningkat meskipun hanya

sedikit. Dari data tersebut, peneliti dapat melihat bahwa terdapat peningkatan pada pondok pesantren ini meskipun jumlah santrinya belum optimal.

Pesantren Sabilul Huda dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala. Persaingan antar lembaga pendidikan berbasis pesantren semakin ketat karena semakin banyak pesantren yang aktif melakukan publikasi melalui media sosial. Pesantren Sabilul Huda sebenarnya telah memanfaatkan media digital, tetapi pengelolaannya belum optimal, baik dari segi konten, konsistensi, dan strategi branding yang jelas. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang digital menjadi tantangan tersendiri bagi publikasi pondok pesantren. Identitas dan keunggulan pesantren seperti program pendidikan, kegiatan, santri maupun prestasi yang dimiliki, belum sepenuhnya dikemas menjadi daya tarik publikasi digital yang konsisten.

Ketertarikan peneliti terhadap pesantren Sabilul Huda karena adanya peristiwa transisi dari sistem pengelolaan tradisional menuju pemanfaatan media digital. Meskipun media sosial telah digunakan, namun dalam pengelolaannya belum sepenuhnya terstruktur sebagai strategi *Digital Branding* yang tersusun, terencana dan berkelanjutan. Pengunggahan konten yang belum memiliki perencanaan branding yang konsisten dan belum dikaji secara ilmiah dalam penjelasannya terhadap peningkatan santri di Pondok Pesantren Sabilul Huda. Selain itu jumlah santri menunjukkan adanya peningkatan, meskipun peningkatan tersebut masih sedikit, kondisi ini justru menjadi alasan penting dilakukannya penelitian kualitatif, karena fokus utama bukan pada besar kecilnya peningkatan angka, tetapi pada pemahaman proses dan strategi yang dijalankan oleh lembaga pesantren.

Kondisi inilah yang menjadikan pentingnya penelitian mengenai strategi *Digital Branding* di Pesantren Sabilul Huda dalam meningkatkan jumlah santri. Melalui fokus penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai praktik, langkah-langkah dan dampak bagi pengembangan lembaga pesantren.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengungkapan masalah penelitian diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah Bagaimana strategi *Digital Branding* yang dilakukan oleh Pesantren Sabilul Huda di Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Masalah yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan di atas bertujuan untuk menganalisis strategi *Digital Branding* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sabilul Huda di Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan jumlah santri, khususnya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi dan penguatan citra lembaga.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan kajian akademik di bidang pendidikan masyarakat dan manajemen pendidikan, khususnya dalam perspektif manajemen pendidikan pesantren yang memanfaatkan strategi *Digital Branding*.
- b. Menambahkan wawasan literature tentang hubungan antara *Digital Branding* dan strategi peningkatan jumlah santri di lembaga pendidikan berbasis pesantren.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a) Bagi Pengelola Pesantren
Memberikan gambaran nyata tentang strategi *Digital Branding* yang sudah dijalankan, termasuk kelebihan dan kekurangannya.
- b) Bagi Ustadz/Guru dan Tenaga Kependidikan
Dapat memahami pentingnya peran *Digital Branding* dalam menunjang keberhasilan pendidikan pesantren.

c) Bagi Calon Santri dan Orang Tua

Memudahkan dalam memperoleh informasi yang akurat, cepat, dan menarik mengenai program dan identitas pesantren bagi calon santri dan orang tua.

d) Untuk Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti dalam meningkatkan pemahaman dan pengalaman terkait strategi *Digital Branding* dalam meningkatkan jumlah santri.

1.4.3 Kegunaan Empiris

Menyajikan temuan lapangan mengenai praktik nyata mengenai praktik *Digital Branding* di pesantren sebagai salah satu strategi pengembangan lembaga. Serta menjadi bukti empiris bahwa teknologi digital dapat dikelola secara efektif untuk mendukung pendidikan santri dan kemajuan lembaga pesantren.

1.5 Definisi Oprasional

Kesalahpahaman istilah seringkali terjadi, oleh sebab itu peneliti menguraikan batasan istilah dengan maksud agar tidak salah paham dalam pengertian istilah-istilah yang dijelaskan dalam penjabaran berikut

1.5.1 Strategi *Digital Branding*

Strategi merupakan pola tindakan dalam aliran keputusan organisasi yang menunjukkan arah jangka panjang. Strategi ini meliputi tiga aspek utama yang dipakai menurut Fred R. David, yaitu: perencanaan (*planning*) yaitu penentuan tujuan dan sasaran branding pesantren serta media digital yang akan digunakan, pelaksanaan (*implementing*) yaitu implementasi publikasi, promosi dan interaksi melalui digital berbagai platform seperti instagram, you tube, tiktok dan lainnya, dan evaluasi (*evaluating*) yaitu proses penilaian efektivitas strategi *Digital Branding* terhadap hasil yang dicapai berdasarkan peningkatan minat dan jumlah santri baru. Sedangkan *Digital Branding* merupakan upaya membangun citra dan reputasi merek melalui media digital untuk menciptakan hubungan dengan audiens. Berdasarkan pendapat ahli yang telah dijelaskan sebelumnya, *Digital Branding* dalam kontek pesantren adalah upaya terencana pesantren dalam membangun,

memperkuat dan mempertahankan citra positif lembaga dan memperluas jangkauan informasi melalui platform digital seperti media sosial agar dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki nilai pembeda dari lembaga lainnya. Dapat disimpulkan bahwa strategi *Digital Branding* adalah salah satu alternatif yang digunakan oleh lembaga untuk memperkenalkan pendidikan kepada masyarakat, dengan tujuan membangun citra lembaga yang berkualitas dan meningkatkan jumlah santri.

1.5.2 Santri

Peneliti memfokuskan pada kuantitas terhadap peningkatan jumlah santri dengan bertambahnya peserta didik atau santri baru yang mendaftar di Pondok Pesantren Sabilul Huda dari tahun ke tahun, sebagai hasil dari efektivitas strategi *Digital Branding*. Sedangkan santri adalah sebutan bagi seseorang yang menuntut ilmu pelajaran agama yang bertempat di pondok pesantren.

1.5.3 Pondok Pesantren

Pesantren merupakan pendidikan nonformal sebagai lembaga pendidikan islam yang berfungsi untuk memberikan pendidikan agama kepada santri atau peserta didik. Pondok Pesantren Sabilul Huda merupakan lembaga pendidikan nonformal yang menjadi lokasi penelitian sebagai tempat penyelenggaraan pendidikan keagamaan dan pengembangan karakter santri melalui pembelajaran nonformal.