

Pemanfaatan Instagram Dalam Mendongkrak Citra pondok Pesantren

Umami Hani¹, Ummul Khoiroh², Holifah³, Fatimatul Husna⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nurul Jadid, Indonesia

¹Haniummi17@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the role of Instagram in strengthening the image of Islamic boarding schools in the digital era. The focus of this study is on the use of Instagram as a medium to build digital branding of Islamic boarding schools. Although many studies discuss the use of social media in education, this study offers a more in-depth approach to using Instagram to improve the image of Islamic boarding schools. The qualitative method with a case study approach allows researchers to dig up in-depth information about the strategy and impact of using Instagram. Data were obtained through observation, in-depth interviews with the head of the Islamic boarding school, Instagram account managers, students, and the community, and documentation. Data analysis was carried out descriptively and qualitatively through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. This study's findings indicate that Instagram effectively presents Islamic boarding school life, strengthens positive public perceptions, and increases student registration. This study provides insight into the importance of implementing effective digital strategies for Islamic boarding schools so that they can be more adaptive to developments in information and communication technology and strengthen their image in the eyes of the public, especially the younger generation. Thus, Instagram can be an optimal tool to boost the image of Islamic boarding schools in the digital era.

Keywords: *Instagram; Branding Image; Islamic Boarding Schools*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Instagram dalam memperkuat citra pondok pesantren di era digital. Fokus penelitian ini adalah pada pemanfaatan Instagram sebagai media untuk membangun branding digital pondok pesantren. Meskipun banyak penelitian membahas penggunaan media sosial dalam pendidikan, penelitian ini menawarkan pendekatan lebih mendalam mengenai strategi penggunaan Instagram untuk meningkatkan citra pondok pesantren. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam tentang strategi dan dampak penggunaan Instagram. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan kepala pesantren, pengelola akun Instagram, santri, dan masyarakat, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram efektif dalam menampilkan kehidupan pesantren, memperkuat persepsi positif masyarakat, dan meningkatkan pendaftaran santri. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya penerapan strategi digital yang efektif bagi pondok pesantren, sehingga mereka dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta memperkuat citra

mereka di mata publik, terutama generasi muda. Dengan demikian, Instagram dapat menjadi alat yang optimal untuk mendongkrak citra pondok pesantren di era digital.

Kata Kunci: Instagram; Peningkatan Citra; Pondok Pesantren

Pendahuluan

Pondok pesantren, sebagai salah satu institusi pendidikan Islam tertua di Indonesia, memiliki posisi strategis dalam membentuk generasi yang berakhlak mulia, cerdas, dan berwawasan luas (Ardiansyah et al., 2023; Huda, 2024). Keberadaannya memiliki urgensi tinggi dalam menjaga nilai-nilai keislaman, melestarikan tradisi, serta menghadapi tantangan modernisasi yang dapat menggerus moral generasi muda (Diana et al., 2024; Zakaria et al., 2022). Di tengah perubahan zaman, pesantren juga menjadi pusat inovasi pendidikan yang mengintegrasikan ilmu agama dengan ilmu umum, menjadikannya relevan untuk mencetak generasi yang siap menghadapi persaingan global tanpa kehilangan identitas keislaman (Ardiansyah & Basuki, 2023). Secara teori, pesantren dipandang sebagai pusat pendidikan holistik yang tidak hanya menanamkan nilai-nilai keislaman, tetapi juga mempersiapkan santri untuk menghadapi tantangan zaman (Hastasari et al., 2022; Muhajir, 2022). Namun, dalam realitas sosial, terdapat kesenjangan antara idealisme tersebut dengan persepsi masyarakat. Bahwa, Pondok pesantren sering kali terjebak dalam stereotip tradisional yang dianggap kurang adaptif terhadap perkembangan zaman, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial.

Seharusnya, di era transformasi digital, media sosial bisa menjadi salah satu alat utama pondok pesantren dalam membangun citra, menyampaikan informasi, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Karena, Di era digital yang semakin maju saat ini, media sosial menjadi salah satunya alat yang paling efektif dalam membangun citra suatu institusi (Maula, 2023; Munir et al., 2024). Akan tetapi, banyak pondok pesantren yang belum mampu mengoptimalkan platform ini sebagai media komunikasi dan branding. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki pesantren dalam memperkuat citra positif mereka dan keterbatasan mereka dalam memanfaatkan teknologi (Maemonah et al., 2023; Irawan, 2022).

Keterbatasan dalam memanfaatkan media sosial ini juga berimplikasi pada kurangnya eksposur terhadap keberagaman kegiatan, kualitas pendidikan, dan inovasi yang sebenarnya telah diterapkan di beberapa pesantren (Tylka et al., 2023; Barnawi, 2022). Meskipun banyak pesantren memiliki kegiatan pendidikan yang modern dan berbasis nilai-nilai Islam, kurangnya strategi komunikasi visual melalui media sosial membuat upaya ini tidak terlihat secara luas (AlKhudari, 2023; Verma & Grover, 2022). Oleh karena itu, Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mengubah citra pesantren, asalkan dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat, termasuk penggunaan visual yang menarik dan interaksi yang intens dengan audiens (Prastyo et al, 2022; Munif et al., 2022). Dengan demikian, penting untuk mengeksplorasi peran Sosial media khususnya Instagram sebagai salah satu alat ampuh untuk membangun citra pondok pesantren yang lebih positif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

Hal penting yang perlu dibahas kaitannya dengan pemanfaatan media sosial adalah bagaimana platform digital dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif pondok pesantren. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam terhadap Teori Media Sosial yang dikemukakan oleh Kaplan dan Haenlein (2010) sangat relevan. Teori ini menekankan

bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk komunikasi dua arah yang memungkinkan individu dan organisasi untuk membangun hubungan sosial yang lebih dekat dan interaktif (Kaplan, 2021). Dengan demikian, pondok pesantren dapat memanfaatkan media sosial untuk menciptakan ruang dialog yang lebih terbuka antara pesantren dengan masyarakat luas, termasuk calon santri dan orang tua mereka. Lebih jauh lagi, platform digital ini dapat digunakan untuk membangun identitas sosial yang positif, memperkenalkan program-program unggulan, serta menunjukkan kontribusi pondok pesantren terhadap masyarakat dan perkembangan pendidikan Islam. Hal ini penting karena media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun citra yang baik dan memperkuat reputasi pondok pesantren di mata publik, sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhannya di masa depan (Leli et al., 2023).

Berbagai penelitian telah membahas penggunaan media sosial dalam dunia pendidikan, termasuk di lembaga pendidikan Islam seperti pondok pesantren. Kurniawan (2023) menunjukkan bahwa masyarakat di era digital saat ini lebih banyak menggunakan media online untuk mencari informasi. Hal ini menunjukkan pentingnya media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif. Hikmah (2023) juga menemukan bahwa pesantren yang aktif menggunakan media sosial cenderung memiliki citra yang lebih positif di mata masyarakat. Melalui media sosial, pesantren dapat menampilkan keberagaman kegiatan yang dilakukan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Namun, masih banyak pondok pesantren yang belum memanfaatkan platform sosial media secara maksimal. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, mengingat media sosial memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat luas.

Penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik dibandingkan dengan studi sebelumnya, yaitu pada pemanfaatan Instagram sebagai media untuk memperkuat citra pondok pesantren dalam konteks kekinian. Meskipun berbagai penelitian telah membahas penggunaan media sosial dalam dunia pendidikan, studi ini menawarkan pendekatan yang lebih mendalam terkait peran Instagram dalam membangun branding digital yang efektif bagi pondok pesantren. Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis fungsi strategis media sosial, khususnya Instagram, dalam meningkatkan citra pondok pesantren di era digital. Penelitian ini dilakukan di pondok pesantren Nurul Wafa yang berlokasi di salah satu desa di Kabupaten Situbondo. Signifikansi penelitian ini terletak pada pengembangannya terhadap konsep branding digital, yang diharapkan mampu membantu pondok pesantren beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini.

Akhir-akhir ini Pondok pesantren menjadi topik hangat yang sering diperbincangkan di tengah masyarakat, mengingat terdapat beragam pandangan mengenai lembaga pendidikan Islam ini. Sebagian masyarakat memandang pesantren sebagai institusi yang tradisional dan kurang mengikuti perkembangan zaman, sementara sebagian lainnya mengapresiasi perannya dalam membentuk akhlak serta memberikan pendidikan keislaman. Dalam era digital saat ini, pondok pesantren menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam membangun citra positif di tengah masyarakat yang didominasi oleh generasi Z dan Alpha. Generasi muda ini cenderung lebih tertarik pada konten visual serta interaktif yang disajikan melalui platform digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan citra publik pondok pesantren. Metode kualitatif dipilih karena mampu menggali informasi mendalam mengenai strategi dan dampak penggunaan media sosial dalam konteks pesantren. Pendekatan studi kasus diterapkan untuk memahami secara spesifik praktik dan pengalaman pondok pesantren tertentu dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi dan promosi. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, deep interview dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan kepala pesantren, pengelola akun Instagram pondok pesantren, santri, dan masyarakat untuk mengetahui persepsi, strategi, serta tantangan dalam pengelolaan media sosial. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendongkrak citra pondok pesantren di mata publik, terutama dalam menjangkau generasi muda di era digital.

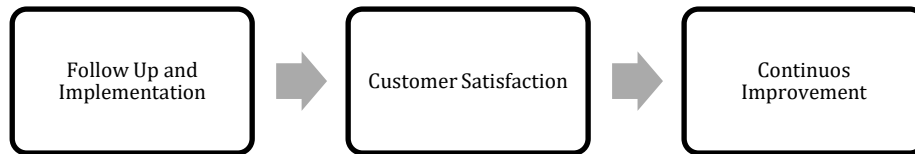
Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di Pondok Pesantren Nurul Wafa, peneliti telah berhasil mengidentifikasi berbagai hasil dari pemanfaatan Instagram sebagai media untuk memperkuat citra pondok pesantren di era digital. Adapun hasil temuan penelitian peneliti adalah sebagai berikut:

Persepsi positif dapat diartikan sebagai pandangan atau penilaian yang baik terhadap seseorang, kelompok, atau institusi, yang didasarkan pada pengalaman atau informasi yang diterima. Dalam konteks ini, platform Instagram dinilai sebagai media yang efektif untuk membangun citra positif pesantren. Berdasarkan wawancara dengan admin media sosial Pondok Pesantren Nurul Wafa, Instagram dimanfaatkan untuk memperkenalkan kehidupan sehari-hari di pesantren, termasuk berbagai kegiatan keagamaan, pendidikan, dan sosial. Dengan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan unggahan di feed, pesantren dapat menampilkan sisi positif yang sering kurang diketahui masyarakat (MN, 2024). Selain itu, penggunaan Instagram membantu mengubah pandangan publik yang mungkin menganggap pesantren sebagai lembaga pendidikan agama yang konservatif dan tertutup. Melalui konten yang visual dan relevan, pesantren dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi target utama. Admin media sosial juga menyebutkan bahwa pesantren berusaha menunjukkan komitmen untuk mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan perkembangan zaman, seperti penggunaan teknologi dalam pembelajaran dan dakwah. Di samping itu, platform ini memberikan kesempatan bagi santri untuk berbagi pengalaman, memperlihatkan keberagaman aktivitas di pesantren, dan menghilangkan stereotip negatif. Dengan membagikan kisah-kisah inspiratif, baik dari sisi akademis maupun sosial, pesantren berharap dapat menumbuhkan rasa bangga dan cinta terhadap pesantren, terutama di kalangan masyarakat dan orang tua yang mempertimbangkan pesantren sebagai pilihan pendidikan bagi anak-anak mereka.

Berdasarkan wawancara yang dipaparkan di atas, admin Instagram Pondok Pesantren Nurul Wafa menjelaskan bahwa Instagram menjadi sarana utama untuk memperkenalkan kehidupan pesantren kepada khalayak umum. Lewat platform ini, pesantren dapat menampilkan berbagai kegiatan keagamaan, pendidikan, dan sosial yang belum banyak diketahui masyarakat. Instagram memanfaatkan fitur seperti Stories, Reels, dan feed posts untuk menyampaikan pesan serta memperlihatkan sisi positif pesantren, termasuk kemajuan teknologi dan perpaduan antara tradisi dan inovasi. Langkah ini

bertujuan untuk mengubah pandangan publik yang sebelumnya hanya melihat pesantren sebagai lembaga pendidikan agama yang terbatas. Selain itu, Instagram memberikan ruang bagi santri untuk berbagi pengalaman dan menunjukkan berbagai kegiatan yang ada di pesantren, sehingga dapat mengurangi pandangan negatif yang berkembang. Melalui pendekatan ini, pesantren berharap dapat membangun kebanggaan masyarakat terhadap pesantren dan menarik minat orang tua untuk memilih pesantren sebagai lembaga pendidikan yang lebih modern dan relevan.



Gambar 1. Proses Peningkatan Citra Pesantren dengan Instagram

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai alat branding citra pesantren berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap pesantren di mata masyarakat. Gambar tersebut menggambarkan bagaimana tindak lanjut yang konsisten dalam pengelolaan konten, seperti unggahan tentang kegiatan santri dan fasilitas pesantren, mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kehidupan pesantren. Temuan menunjukkan bahwa hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama wali santri, yang merasa lebih puas dan yakin dengan kualitas pendidikan yang ditawarkan setelah melihat pencapaian dan aktivitas pesantren yang dipublikasikan di media sosial. Selain itu, gambar tersebut juga mencerminkan pentingnya peningkatan berkelanjutan dalam kualitas konten yang diunggah, untuk memastikan pesantren tetap relevan dan terus memperkuat citranya. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram membantu pesantren dalam membangun citra yang lebih baik dan mempermudah pengambilan keputusan orang tua dalam memilih pendidikan bagi anak mereka.

Dalam wawancara dengan Kepala Pondok Pesantren Nurul Wafa, disampaikan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam memperkenalkan pesantren dan meningkatkan citra positifnya di masyarakat. Instagram digunakan untuk memamerkan berbagai kegiatan positif, seperti pengajian, aktivitas sosial, dan pencapaian santri melalui konten visual yang menarik. Kepala pesantren menekankan pentingnya kualitas visual unggahan untuk merepresentasikan nilai-nilai pesantren dengan baik dan menunjukkan pesantren sebagai institusi yang modern dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, interaksi dengan calon santri dan orang tua melalui komentar dan pesan langsung dianggap sebagai cara efektif untuk membangun kedekatan dan kepercayaan. Kepala pesantren juga menambahkan bahwa mereka menerapkan strategi pemasaran, seperti penggunaan hashtag yang relevan dan kerja sama dengan influencer atau alumni yang sukses, untuk menegaskan bahwa pesantren tidak hanya mengajarkan ilmu agama, tetapi juga memberikan keterampilan, karakter, dan wawasan global kepada santri. Pendekatan ini berkontribusi pada peningkatan jumlah pendaftar pesantren setiap tahun, termasuk dari luar daerah (MHS, 2024).

Sebagian santri Pondok Pesantren Nurul Wafa mengungkapkan bahwa konten Instagram sangat membantu dalam memperkenalkan kehidupan pesantren kepada masyarakat. Ia merasa bangga melihat pesantren mereka tampil di Instagram dengan foto dan video yang menarik, yang kemudian menarik minat teman-temannya untuk bertanya tentang kehidupan di pesantren tersebut. Instagram, menurut santri tersebut, bukan hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga media untuk menampilkan pencapaian mereka dalam bidang akademik maupun non-akademik (AQM, 2024).

Salah satu wali santri Pondok Pesantren Nurul Wafa menjelaskan bahwa ia merasa lebih mudah mendapatkan informasi tentang kehidupan pesantren melalui Instagram. Ia menyatakan bahwa melihat berbagai unggahan mengenai kegiatan pesantren di media sosial memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai atmosfer dan fasilitas pesantren. Menurutnya, ini menjadi faktor penting dalam keputusan untuk menyekolahkan anaknya di pesantren tersebut. Wali santri ini juga menambahkan bahwa melihat pencapaian-pencapaian santri di Instagram memperkuat keyakinannya bahwa pesantren mampu memberikan pendidikan yang berkualitas. Promosi melalui Instagram terbukti berhasil meningkatkan pendaftaran santri baru, dengan banyak calon santri dan orang tua yang mencari informasi melalui pesan langsung. Beberapa akhirnya mendaftar setelah melihat konten yang menggambarkan kehidupan pesantren, termasuk dari luar daerah, yang menunjukkan bahwa Instagram berhasil memperluas jangkauan dan memperkuat citra positif pesantren.

Wawancara tersebut mengungkapkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Pondok Pesantren Nurul Wafa berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jumlah pendaftaran santri. Melalui unggahan foto dan video yang menampilkan kegiatan positif seperti pengajian, aktivitas sosial, dan prestasi santri, pesantren berhasil menarik perhatian calon santri dan orang tua. Strategi ini diperkuat dengan penggunaan hashtag yang relevan, pengelolaan konten yang menarik, dan interaksi aktif melalui komentar serta pesan langsung di Instagram. Bahkan, calon pendaftar yang sebelumnya hanya mencari informasi melalui media sosial akhirnya memutuskan untuk mendaftar setelah melihat gambaran kehidupan pesantren. Promosi ini tidak hanya menjangkau masyarakat sekitar, tetapi juga berhasil menarik calon santri dari luar daerah, menunjukkan bahwa Instagram efektif memperluas jangkauan pesantren dalam menarik minat pendaftar.

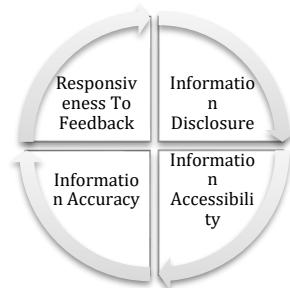
Aspek	Penjelasan
Peran Instagram dalam Pendaftaran	Instagram digunakan sebagai media utama untuk meningkatkan pendaftaran santri baru.
Konten Promosi	Menampilkan foto dan video kegiatan pesantren, termasuk pencapaian santri, untuk menarik minat calon santri.
Interaksi dengan Calon Santri	Komunikasi langsung melalui komentar dan pesan pribadi membangun kedekatan dan kepercayaan, mendorong pendaftaran.
Penggunaan Hashtag dan Kolaborasi	Hashtag yang relevan dan kolaborasi dengan influencer serta alumni pesantren membantu menarik perhatian calon santri.
Dampak pada Pendaftaran	Pendekatan ini berhasil menarik lebih banyak pendaftar, terutama dari luar daerah, dan meningkatkan pendaftaran setiap tahun.
Keterlibatan Orang Tua	Peningkatan minat orang tua untuk mendaftarkan anak mereka setelah melihat konten pesantren di Instagram.

Tabel 1. Dampak Instagram terhadap peningkatan santri

Tabel di atas menjelaskan bagaimana Instagram berperan dalam meningkatkan pendaftaran santri di Pondok Pesantren Nurul Wafa. Melalui konten visual yang menarik, seperti foto dan video kegiatan pesantren, pesantren dapat memperkenalkan berbagai aktivitas positif dan pencapaian para santri. Konten ini membantu membangun citra pesantren yang modern dan relevan dengan perkembangan zaman, yang menarik perhatian calon santri dan orang tua. Interaksi langsung dengan calon santri melalui komentar dan pesan pribadi juga berperan penting dalam membangun kedekatan dan kepercayaan, yang mendorong mereka untuk mendaftar. Penggunaan hashtag yang tepat dan kolaborasi dengan influencer serta alumni pesantren memperluas jangkauan promosi pesantren. Semua strategi ini terbukti berhasil, karena jumlah pendaftar pesantren terus meningkat setiap tahunnya, termasuk dari luar daerah. Dengan demikian, Instagram menjadi sarana yang efektif dalam memperkenalkan pesantren dan meningkatkan pendaftaran santri baru.

Visualisasi kehidupan pesantren menjadi salah satu fokus utama dalam pemanfaatan Instagram untuk membangun citra positif pesantren di mata masyarakat. Berdasarkan wawancara, kepala pesantren Nurul Wafa mengungkapkan bahwa Instagram digunakan untuk menampilkan berbagai aktivitas santri, seperti proses pembelajaran, pengajian, dan kegiatan sosial lainnya. Dengan menyajikan foto dan video, pesantren ingin menunjukkan bahwa mereka adalah lembaga terbuka yang mengedepankan nilai pendidikan dan kebersamaan (MHS, 2024). Hal ini bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat yang cenderung terbatas tentang pesantren, sekaligus memperlihatkan peran pesantren dalam membangun karakter generasi muda. Senada dengan itu, tim humas Pondok Pesantren Nurul Wafa menekankan pentingnya penggunaan Instagram sebagai media komunikasi yang menarik, terutama bagi Gen-Z dan Gen Alpha. Melalui unggahan yang menampilkan keseharian santri dan berbagai kegiatan ekstrakurikuler, pesantren berupaya mencitrakan diri sebagai tempat yang modern, dinamis, dan relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, platform ini juga dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan mengajak masyarakat mendukung program-program pesantren demi meningkatkan citra positif di mata publik (FMS, 2024).

Sementara itu, Pelaku Humas menjelaskan bahwa Instagram bukan hanya berfungsi untuk menggambarkan kehidupan pesantren, tetapi juga untuk mempererat hubungan dengan audiens, terutama generasi muda. Melalui unggahan foto dan video yang menarik, pesantren dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menciptakan keterlibatan yang lebih intens dengan masyarakat, serta memperkenalkan nilai-nilai pesantren yang relevan dengan perkembangan zaman (HMS, 2024). Penggunaan media sosial ini menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga mampu beradaptasi dengan teknologi dan media masa kini. Hal ini memberikan peluang besar bagi pesantren untuk memperbaiki citra mereka dan menarik perhatian masyarakat terhadap kontribusi positif yang diberikan dalam pembentukan karakter generasi muda.



Gambar 2. Unsur-unsur temuan dalam penelitian

Berdasarkan temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram oleh Pondok Pesantren Nurul Wafa telah memberikan dampak positif yang besar dalam

membangun citra pesantren di masyarakat. Melalui platform ini, pesantren mampu menampilkan berbagai kegiatan santri yang menunjukkan sisi positif yang sering kali terabaikan oleh publik. Dengan memposting foto dan video yang menggambarkan aktivitas sehari-hari, seperti proses pembelajaran, pengajian, dan kegiatan sosial lainnya, pesantren berhasil mengubah pandangan negatif yang selama ini melekat padanya. Banyak masyarakat yang masih menganggap pesantren sebagai lembaga yang tertutup dan ketinggalan zaman, namun melalui Instagram, pesantren dapat menunjukkan bahwa mereka adalah lembaga pendidikan yang terbuka dan modern.

Lebih lanjut, Instagram juga menjadi alat yang sangat efektif dalam memperluas jangkauan pesantren kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Dengan menyajikan konten visual yang menarik dan relevan, pesantren dapat menjangkau lebih banyak orang, baik dari kalangan pelajar maupun masyarakat umum, untuk lebih mengenal nilai-nilai yang ada di dalam pesantren. Selain itu, melalui media sosial ini, pesantren menunjukkan bahwa mereka tidak hanya berfokus pada pendidikan agama, tetapi juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tuntutan zaman. Penggunaan Instagram ini memungkinkan pesantren untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat, memperbaiki citra mereka, serta memperkenalkan kontribusi positif yang mereka berikan dalam membentuk karakter generasi muda yang siap menghadapi tantangan masa depan.

Berdasarkan beberapa temuan penelitian di atas, ditemukan bahwa penggunaan Instagram di pondok pesantren memiliki implikasi yang signifikan terhadap citra publik mereka. Media sosial ini dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan visibilitas pesantren, yang selama ini mungkin dianggap tertutup atau kurang dikenal oleh masyarakat luas. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar informan menganggap keberadaan pesantren di Instagram memberikan kesan modern dan terbuka. Hal ini berpotensi mengubah persepsi negatif yang ada terhadap pesantren, seperti stereotip ketinggalan zaman atau konservatif. Dalam bukti ini, Instagram berfungsi sebagai saluran komunikasi yang membawa pesan positif. Namun, tanpa strategi yang tepat, hal ini juga bisa menimbulkan kesan yang kurang sesuai dengan nilai-nilai pesantren (Susilawati, 2022). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana Instagram digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan temuan ini, jelas bahwa Instagram bisa menjadi alat yang memperkuat citra pesantren, tetapi perlu pengelolaan yang hati-hati untuk menghindari disfungsi.

Penggunaan Instagram yang strategis oleh pesantren terbukti memiliki dampak positif terhadap persepsi masyarakat. Haris (2023) menunjukkan bahwa pesantren yang memanfaatkan Instagram dengan cara yang terstruktur dan konsisten cenderung lebih dikenal dan lebih dihargai oleh masyarakat. Instagram sebagai platform visual dapat menyampaikan pesan yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda, yang lebih sering mengakses media sosial. Misalnya, dengan menampilkan kegiatan siswa, prestasi akademik, dan kegiatan sosial pesantren, pengikut Instagram dapat merasakan kedekatan emosional dengan pesantren tersebut. Sebagai akibatnya, citra pesantren menjadi lebih positif. Bukti ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang baik dapat memperbaiki citra institusi pendidikan di mata masyarakat (Nasrullah & Sanjaya, 2021). Oleh karena itu, kesuksesan pesantren dalam memanfaatkan Instagram sangat bergantung pada cara mereka menyusun konten dan berinteraksi dengan audiens.

Hasil observasi lapangan pun menunjukkan bahwa pesantren yang aktif di Instagram mampu menarik lebih banyak perhatian dari berbagai kalangan, terutama orang tua dan calon santri. Media sosial ini membantu pesantren mempromosikan nilai-nilai positif yang mereka tanamkan, seperti kedisiplinan, etika belajar, dan kehidupan spiritual

yang harmonis (Susilawati, 2022; Kunaifi et al., 2021). Observasi menunjukkan bahwa konten yang menampilkan kegiatan sehari-hari, keberhasilan alumni, dan acara sosial pesantren berhasil menggugah minat audiens. Dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai platform yang memperkenalkan kehidupan pesantren secara lebih menarik dan humanis. Selain itu, observasi juga mengungkapkan bahwa ketidakaktifan di Instagram dapat menyebabkan pesantren kehilangan kesempatan untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa ketergantungan pada media sosial ini dapat memengaruhi tingkat pendaftaran dan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Oleh karena itu, peran Instagram sangat penting untuk mempertahankan citra positif pesantren dalam dunia yang semakin terhubung.

Nikmatullah (2023) menuturkan bahwa interaksi pesantren dengan audiens di Instagram berperan penting dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara pesantren dan masyarakat. Saat pesantren sering berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, like, atau pesan langsung, pengikut merasa lebih dihargai dan cenderung memiliki ikatan yang lebih kuat dengan pesantren (Budiharso et al., 2023; Zakaria et al., 2022). Hal ini menciptakan rasa kedekatan yang sebelumnya tidak terjalin, terutama bagi calon santri dan orang tua yang sedang mempertimbangkan untuk memilih pesantren sebagai tempat pendidikan. Berdasarkan penelitian, hubungan interaktif melalui media sosial dapat memperkuat loyalitas pengikut dan memperbaiki citra suatu institusi (Muid et al., 2024; Susanto et al., 2022). Selain itu, interaksi ini meningkatkan rasa kepercayaan dan kredibilitas pesantren, yang berhubungan langsung dengan keputusan orang tua untuk memilih pesantren sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Oleh karena itu, keterlibatan aktif di Instagram memiliki efek langsung dalam meningkatkan reputasi pesantren.

Hanafi (2021) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram yang tidak tepat atau tidak konsisten dapat menyebabkan disfungsi dalam tujuan memperbaiki citra pesantren. Ketika pesantren tidak memperbarui konten secara rutin atau tidak menjawab pertanyaan dan komentar dari audiens, hal ini dapat menciptakan kesan bahwa pesantren tersebut tidak peduli dengan interaksi masyarakat. Disfungsi ini bisa memperburuk citra pesantren yang seharusnya bisa lebih dikenal dan lebih dekat dengan audiens. Tidak hanya itu, kesalahan dalam pengelolaan konten seperti posting yang tidak relevan atau kurang informatif dapat menurunkan minat audiens dan merusak reputasi pesantren. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk memiliki tim khusus yang bertanggung jawab mengelola akun Instagram agar tetap relevan dan menjaga hubungan baik dengan audiens. Sebuah penelitian oleh Adiyono & Anshor (2024) menunjukkan bahwa manajemen media sosial yang buruk dapat berakibat pada penurunan citra institusi pendidikan. Konten yang bersifat edukatif, inspiratif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari dapat menarik perhatian generasi muda (Mas' ula & Hakim, 2023). Strategi ini dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan audiens muda yang menjadi calon santri di masa depan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa audiens muda sangat responsif terhadap konten yang bersifat visual dan menarik, yang dapat disampaikan melalui Instagram (Muhajir, 2022).

Oleh karena itu, pesantren perlu mengadaptasi pendekatan yang lebih inovatif dan kreatif dalam menyajikan konten di Instagram. Dengan strategi yang tepat, pesantren dapat membangun citra yang lebih modern dan relevan, yang pada gilirannya akan memperkuat daya tarik pesantren di mata calon santri dan orang tua mereka.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa Instagram dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan citra publik pondok pesantren. Melalui pendekatan visual dan narasi yang menarik, pesantren dapat memperkenalkan program pendidikan, kegiatan keagamaan, dan

nilai-nilai yang diusungnya. Konten yang relevan dan autentik di Instagram mampu menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z dan Alpha, yang semakin terhubung dengan media sosial. Hikmah dari penelitian ini adalah pentingnya pengelolaan media sosial yang strategis untuk membangun citra positif yang dapat menarik minat masyarakat dan memperkenalkan pesantren sebagai institusi pendidikan yang modern.

Kekuatan penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperbarui perspektif tentang peran media sosial dalam pendidikan agama. Penelitian ini memperkenalkan metode baru dalam memahami bagaimana platform seperti Instagram dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap pesantren. Dengan menggunakan analisis konten dan engagement di Instagram, penelitian ini memberi wawasan baru dalam konteks pengelolaan citra lembaga pendidikan berbasis agama. Selain itu, penelitian ini juga menguji relevansi teori komunikasi massa dalam dunia pendidikan agama yang semakin berkembang di era digital. Kendati demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan dan metode. Penelitian ini hanya berfokus pada pondok satu pondok pesantren dan menggunakan Instagram sebagai satu-satunya media sosial. Keterbatasan ini menyarankan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial lain, seperti TikTok atau YouTube, serta untuk memperluas cakupan geografis agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang strategi branding pesantren di berbagai konteks budaya.

Daftar Pustaka

- Adiyono, A., & Anshor, A. M. (2024). Islamic character education in the era of Industry 5.0: Navigating challenges and embracing opportunities. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 8(1), 287–304.
- AlKhudari, M. N. (2023). The role of social networks in forming social relations among university students. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 11(1), 222–236.
- Ardiansyah, D., & Basuki, B. (2023). Implementasi Nilai-nilai Kesalehan Sosial di Pondok Pesantren dalam Menghadapi Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 1(2), 64–81. <https://doi.org/10.60132/jip.v1i2.16>
- Barnawi, O. Z. (2022). Branding in Transnational English Medium Instruction-Oriented Universities in The Arabian Gulf: Implications for Language Policy. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 8(1), 58–72. <https://doi.org/10.32601/ejal.911519>
- Budiharso, T., Bakri, S., & Sujito, S. (2023). Transformation of education system of the pesantren in indonesia from the dutch colony to democratic era. *Journal of Social Studies Education Research*, 14(4), 179–206.
- Diana, A., Azani, M. Z., & Mahmudhassan, M. (2024). The Concept and Context of Islamic Education Learning in the Digital Era: Relevance and Integrative Studies. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 25(01), 33–44.
- Hanafi, Y., Taufiq, A., Saefi, M., Ikhsan, M. A., Diyana, T. N., Thoriquettyas, T., & Anam, F. K. (2021). The new identity of Indonesian Islamic boarding schools in the “new normal”: the education leadership response to COVID-19. *Heliyon*, 7(3).
- Haris, M. A. (2023). Urgensi Digitalisasi Pendidikan Pesantren di Era Society 5.0 (Peluang dan Tantangannya di Pondok Pesantren Al-Amin Indramayu). *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(01), 49–64.
- Hastasari, C., Setiawan, B., & Aw, S. (2022). Students’ communication patterns of islamic boarding schools: the case of Students in Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta. *Heliyon*, 8(1), e08824. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08824>
- Huda, M. (2024). Strengthening Religious Moderation Through the Core Values of Islamic Boarding School Education. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 8(1), 59–71.

- Irawan, B. (2022). Islamic boarding schools (pesantren), Sufism and environmental conservation practices in Indonesia. *HTS Theologiese Studies / Theological Studies*, 78(4), 1–10. <https://doi.org/10.4102/HTS.V78I4.7073>
- Kaplan, A. (2021). Artificial intelligence (AI): When humans and machines might have to coexist. *AI for Everyone?*, 21.
- Kunaifi, A., Fikriyah, K., & Aliyah, D. (2021). How Do Santri, Local Wisdom, and Digital Transformation Affect Community Empowerment? *Ilomata International Journal of Social Science*, 2(4), 246–257.
- Leli, N., Nurhadiah, N., Handayani, R. T., & Suhairi, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Maemonah, M., Zuhri, H., Masturin, M., Syafii, A., & Aziz, H. (2023). Contestation of Islamic educational institutions in Indonesia: Content analysis on social media. *Cogent Education*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2164019>
- Mas' ula, W., & Hakim, A. M. (2023). Islamic Education in the Era of Digitalization 5.0. *Proceeding Of International Conference on Education, Society And Humanity*, 1(1), 35–40.
- Maula, R. (2023). Public Relations Management in Building a Branding Image of Boarding Schools. *Society and Humanity*, 01(01), 2023.
- Muhajir, A. (2022). Inclusion of pluralism character education in the Islamic modern boarding schools during the pandemic era. *Journal of Social Studies Education Research*, 13(2), 196–220.
- Muid, A., Arifin, B., & Karim, A. (2024). PELUANG DAN TANTANGAN PENDIDIKAN PESANTREN DI ERA DIGITAL (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Islah Bungah Gresik). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(1), 512–530.
- Munif, M., Baharun, H., Zamroni, Z., & Fiqiyadatil Ummah, A. H. (2022). Student-Centeredness by Knowledge Sharing: An Effective Learning in Madrasah. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(1), 136–146. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i1.1313>
- Munir, Z., Munawwaroh, I., of, B. M.-M. I. J., & 2024, undefined. (2024). Strengthening Brand Image of Pesantren Based on Two-Way Symmetrical Model Through Generation Z. *Serambi.Org*, 6(1), 54–69. <http://serambi.org/index.php/managere/article/view/430>
- Nasrullah, R., & Sanjaya, M. (2021). *Strategi Representasi Kehumasan Pondok Pesantren Bequranic*. Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Nikmatullah, C., Wahyudin, W., & Fauzi, A. (2023). Digital Pesantren: Revitalization of the Islamic Education System in the Disruptive Era. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 1–14.
- Prastyo, A. T., & Inayati, I. N. (2022). Implementasi budaya literasi digital untuk menguatkan moderasi beragama bagi santri (studi kasus di mahad uin maulana malik ibrahim malang). *Incare, International Journal of Educational Resources*, 2(6), 665–683.
- Susanto, S., & Dwijayanto, A. (2022). Student's Attachment to Social Media and the Challenges of Moderate Islamic Education (Implementation During the Covid-19 Pandemic). *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 10(2), 331–352.
- Susilawati, E. (2022). *Representasi Kehidupan Pesantren Putri dalam Novel Fantasmagoria dan Relevansinya Terhadap Pengajaran Sastra di Madrasah Aliyah*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image*, *44*, 197–221.
- Verma, R., & Grover, P. (2022). Role of social media in promotion of green school initiatives by government green schools in India. *Journal of Public Affairs*, *22*(4), e2643.
- Zakaria, B. N. A., Fakhri, M. N., Saifuddin, S., Imani, A., & Said, H. (2022). Politeness strategies employed in communication with Santri and Ustadz in an Islamic boarding school in Indonesia. *Al-Hijr*, *1*(2), 80–87.