

Strategi Digital Divisi Multimedia dalam Mendukung Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo

Muslikhun Ibrohim Hizbulloh *¹
Farrij Arzaqy ²

^{1,2} Program Studi PAI, Fakultas Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta, Indonesia
*e-mail: muslikhunuhizbulloh@gmail.com ¹, farrijarzaqy@gmail.com ²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi digital Divisi Multimedia dalam mendukung penerimaan peserta didik baru di Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian lapangan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan pengurus pondok pesantren, Divisi Multimedia, serta panitia penerimaan peserta didik baru.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi digital Divisi Multimedia dilakukan melalui penguatan sumber daya manusia, pengawasan konten yang berlandaskan nilai-nilai pesantren, regenerasi anggota multimedia, konsistensi publikasi media sosial, serta pemanfaatan teknologi digital modern seperti aplikasi editing dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI). Media digital yang digunakan meliputi Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp Channel, radio, dan pamflet digital. Divisi Multimedia berperan dalam membangun citra positif pesantren, meningkatkan daya tarik masyarakat, serta mendukung promosi penerimaan peserta didik baru melalui publikasi digital dan penyediaan materi promosi lapangan. Faktor pendukung meliputi keterlibatan pimpinan pesantren, ketersediaan fasilitas media, dan dukungan pendanaan lembaga. Adapun faktor penghambat mencakup keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, kapasitas penyimpanan perangkat, serta kebutuhan penyusunan konten yang beragam. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi digital berbasis multimedia dalam memperkuat publikasi dan branding pesantren di era digital.

Kata kunci: Strategi digital, multimedia, pondok pesantren, media sosial, penerimaan peserta didik baru..

Abstract

This study aims to analyze the digital strategy implemented by the Multimedia Division in supporting new student admissions at Darul Hidayah Islamic Boarding School, Sukoharjo. The research employed a descriptive qualitative approach using a field research method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving school administrators, the Multimedia Division, and the new student admission committee.

The findings reveal that the Multimedia Division's digital strategy is carried out through strengthening human resources, implementing content supervision based on Islamic boarding school values, establishing a multimedia team regeneration system, maintaining consistency in social media publications, and utilizing modern digital technologies such as editing applications and Artificial Intelligence (AI). The digital media platforms used include Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp Channel, radio broadcasts, and digital flyers. The Multimedia Division plays a significant role in building a positive image of the Islamic boarding school, increasing public interest, and supporting new student admission promotions through digital publications and promotional materials for field outreach activities. Supporting factors include the active involvement of school leaders, adequate media facilities, and institutional financial support. Meanwhile, inhibiting factors consist of limited human resource capabilities, device storage constraints, and the need to produce diverse promotional content. These findings highlight the importance of multimedia-based digital communication strategies in strengthening the publication and branding of Islamic boarding schools in the digital era.

Keywords: digital strategy, multimedia, Islamic boarding school, social media, new student admissions.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan Islam. Lembaga pendidikan, termasuk pondok pesantren, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan media digital sebagai sarana komunikasi, publikasi, dan penyebaran informasi

kepada masyarakat. Kehadiran media sosial memberikan ruang baru bagi lembaga pendidikan untuk membangun citra institusi, memperluas jangkauan informasi, dan meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap program pendidikan yang ditawarkan (Nasrullah, 2015). Transformasi digital dalam lembaga pendidikan tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran, tetapi juga menyangkut strategi komunikasi dan promosi lembaga. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook saat ini menjadi sarana yang banyak dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan untuk memperkenalkan profil institusi, aktivitas peserta didik, fasilitas, serta program unggulan kepada masyarakat. Pemanfaatan media digital yang efektif dinilai mampu meningkatkan visibilitas lembaga dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat luas (Alhabash & Ma, 2017).

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional juga mulai mengalami perkembangan dalam sistem pengelolaannya. Banyak pesantren saat ini tidak hanya berfokus pada pendidikan keagamaan, tetapi juga mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan lembaga. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah pembentukan Divisi Multimedia yang bertugas mengelola dokumentasi, publikasi kegiatan, dan penyebaran informasi pesantren melalui media digital. Kehadiran Divisi Multimedia menjadi bagian penting dalam membangun komunikasi publik pesantren di era digital (Izzulloh & Moebin, 2022). Dalam konteks penerimaan santri baru, media digital memiliki peran strategis dalam membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai program pendidikan, lingkungan pesantren, kegiatan santri, hingga sistem pendaftaran. Publikasi yang dilakukan melalui media sosial dapat memengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan karena informasi dapat diakses secara cepat, luas, dan menarik (Kotler et al., 2022). Oleh sebab itu, strategi digital yang dijalankan oleh Divisi Multimedia menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung proses penerimaan santri baru di pondok pesantren.

Di tengah perkembangan teknologi komunikasi saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi media komunikasi publik dan pembentukan citra lembaga pendidikan. Kaplan dan Haenlein menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat partisipatif, terbuka, dan interaktif sehingga dapat membantu lembaga membangun kedekatan dengan masyarakat (Kaplan & Haenlein, 2010). Selain itu, Kotler dan Keller menyatakan bahwa strategi komunikasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu lembaga di era digital (Kotler et al., 2022).

Namun demikian, tidak semua pondok pesantren mampu memanfaatkan media digital secara optimal sebagai sarana publikasi dan komunikasi lembaga. Sebagian pesantren masih menggunakan pola publikasi konvensional sehingga penyebaran informasi mengenai program pendidikan, kegiatan santri, dan keunggulan lembaga belum dapat menjangkau masyarakat secara luas (Nasrullah, 2015). Di sisi lain, perkembangan informasi di era digital juga menuntut lembaga pendidikan Islam untuk mampu membangun citra positif dan komunikasi publik yang baik di tengah masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial dan strategi komunikasi digital menjadi salah satu kebutuhan penting bagi pondok pesantren dalam meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap penerimaan santri baru.

Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo merupakan salah satu pesantren yang telah memiliki Divisi Multimedia dalam sistem pengelolaannya. Divisi tersebut aktif melakukan publikasi berbagai kegiatan pesantren melalui media sosial dan platform digital lainnya. Aktivitas publikasi yang dilakukan menunjukkan adanya upaya pesantren dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi lembaga. Namun demikian, peran dan strategi

digital Divisi Multimedia dalam mendukung penerimaan santri baru masih menarik untuk dikaji lebih mendalam.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dalam lembaga pendidikan Islam. Penelitian oleh Yati Nurhayati, Rachmat Ismaya, dan Toni Khalimi berjudul “Pengenalan Teknologi Informasi dan Aplikasi Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Hidayatul Ikhwan Berbasis Android” menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi berbasis Android mampu membantu penyebaran informasi penerimaan santri baru dan meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan pesantren. (Yati Nurhayati et al., 2024)

Selain itu, penelitian oleh Miranti, Arwan, dan Hidayat berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial (Instagram, TikTok) di Pondok Pesantren Al-Ittifaqiah Indralaya Ogan Ilir” menjelaskan bahwa strategi pemasaran pendidikan melalui media sosial dilakukan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dan TikTok secara konsisten dengan tampilan visual yang menarik mampu meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan pesantren. (Miranti et al., 2026). Penelitian lainnya dilakukan oleh M. Alfin Rifqi dan Karwanto dalam artikel berjudul “Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru di Era Digital: Studi Kasus Implementasi di Pondok Pesantren Sabilillah Surabaya” menunjukkan bahwa penerapan sistem digital dalam proses penerimaan peserta didik baru mampu meningkatkan transparansi, efektivitas, dan kemudahan akses informasi bagi calon santri dan wali santri. Penelitian tersebut juga menemukan adanya tantangan adaptasi teknologi, terutama bagi masyarakat yang masih terbatas akses digitalnya. (Rifqi, 2023)

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa pemanfaatan teknologi digital dan media sosial memiliki peran penting dalam mendukung promosi dan pengelolaan penerimaan peserta didik di lembaga pendidikan Islam. Akan tetapi, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada penggunaan media sosial sebagai sarana promosi pendidikan, penerapan aplikasi digital, dan sistem manajemen penerimaan peserta didik secara umum. Kajian yang secara khusus membahas strategi digital Divisi Multimedia sebagai pengelola komunikasi publik pesantren dalam mendukung penerimaan santri baru masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada strategi digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo dalam mendukung penerimaan santri baru melalui media digital.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus kajian mengenai strategi komunikasi digital Divisi Multimedia dalam mendukung penerimaan santri baru di pondok pesantren. Penelitian ini tidak hanya menelaah penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi lembaga pendidikan, tetapi juga mengkaji peran Divisi Multimedia dalam membangun citra positif pesantren melalui strategi komunikasi digital di era perkembangan informasi modern.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi digital Divisi Multimedia dalam mendukung penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen pendidikan Islam, khususnya terkait pemanfaatan media digital dalam pengelolaan dan pengembangan pondok pesantren

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam strategi digital Divisi Multimedia dalam mendukung penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Darul Hidayah

Sukoharjo (Sugiyono, 2020). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan aktivitas multimedia, penggunaan media digital, serta strategi publikasi pesantren secara sistematis (Moleong, 2018).

Penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo karena pesantren tersebut memiliki Divisi Multimedia yang aktif dalam pengelolaan publikasi digital penerimaan santri baru.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data diperoleh dari tiga informan penelitian, yaitu Wakil Ketua Pondok Pesantren yang membawahi Divisi Multimedia, Pengurus Divisi Multimedia, dan Panitia PPDB. Ketiga informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2020). Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, arsip pesantren, akun media sosial, brosur digital, serta literatur yang berkaitan dengan media digital dan manajemen pendidikan Islam (Moleong, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas Divisi Multimedia dan penggunaan media sosial pesantren (Sugiyono, 2020). Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai strategi digital, proses publikasi, serta faktor pendukung dan penghambat dalam penerimaan santri baru (Moleong, 2018). Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa foto kegiatan, arsip publikasi, struktur organisasi, dan data media sosial pesantren (Arikunto, 2019).

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari Wakil Ketua Pondok Pesantren, Pengurus Divisi Multimedia, dan Panitia PPDB. Adapun triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang lebih (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama dan informan pengurus, strategi digital yang diterapkan Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah dilakukan secara bertahap dan terstruktur. Pada tahap awal, pesantren memilih bekerja sama dengan tenaga profesional untuk memproduksi konten media digital. Langkah tersebut dilakukan sebagai proses pembelajaran bagi santri dan pengurus agar memahami teknik produksi media, mulai dari pengambilan video, penyusunan konsep, hingga proses editing konten. Informan utama menjelaskan:

“Langkah pertama yang kami gunakan untuk mensukseskan media niki, kami awal mulanya membayar orang terlebih dahulu untuk membuat media kami. Kami belajar dari yang sudah profesional tadi.”

Melalui proses tersebut, pengurus dan santri senior diarahkan untuk mempelajari teknik produksi media digital secara langsung, termasuk penggunaan aplikasi editing seperti Canva Pro, KineMaster, dan berbagai platform pendukung lainnya. Strategi ini menunjukkan bahwa pengembangan media digital di pesantren tidak dilakukan secara instan, tetapi melalui proses transfer pengetahuan dari pihak profesional kepada tim internal pesantren.

Selain itu, strategi digital yang diterapkan juga menekankan pada sistem pengawasan dan penyaringan konten sebelum dipublikasikan. Pengasuh pondok berperan aktif dalam mengawasi

kualitas serta kesesuaian isi konten dengan nilai-nilai pesantren. Informan utama menyampaikan bahwa setiap konten harus melewati proses seleksi terlebih dahulu sebelum diunggah ke media sosial.

“Beliau yang akan melihat dulu kontennya. Ini layak ndak di publish, layak ndak di-upload.”

Pengawasan tersebut terutama difokuskan pada konten santri putri yang berkaitan dengan etika berpakaian dan penjagaan aurat. Selain itu, pesantren juga memberikan batasan terhadap konten yang dianggap tidak sesuai dengan nilai pendidikan pesantren, seperti unsur bullying maupun promosi rokok. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi digital yang dilakukan tidak hanya mengejar kreativitas dan popularitas semata, tetapi juga menjaga identitas dan citra pesantren di ruang digital.

Dalam pelaksanaannya, pesantren membentuk tim sensor konten yang bertugas menentukan kelayakan video maupun media yang akan dipublikasikan. Tim tersebut terdiri dari santri yang dianggap paling memahami pola pikir dan arahan pengasuh. Informan utama menjelaskan:

“Ada nanti dari santri putra ditunjuk, santri putri ditunjuk satu-satu. Niki yang akan nopo? Lembaga sensornya bahasanya.”

Keberadaan tim sensor ini menjadi bagian penting dalam strategi digital pesantren karena setiap konten yang tidak sesuai akan diperbaiki, diganti adegannya, atau bahkan dihapus sebelum dipublikasikan. Dengan demikian, proses publikasi media sosial dilakukan secara selektif dan terkontrol.

Strategi digital Divisi Multimedia juga dilakukan melalui sistem regenerasi anggota secara berkelanjutan. Pesantren melibatkan santri dalam program khidmah wajib untuk masuk ke dalam tim multimedia. Santri senior kemudian membimbing anggota baru agar memahami aturan dan pola produksi konten yang telah diterapkan sebelumnya. Informan utama menjelaskan:

“Ada regenerasi. Setiap tahun ada santri yang dimasukkan di tim media. Tim baru ndak boleh ndak tahu aturan-aturan konten itu.”

Hal tersebut menunjukkan bahwa pesantren berupaya menjaga keberlangsungan pengelolaan media digital melalui kaderisasi sumber daya manusia sehingga pengelolaan multimedia tidak bergantung pada individu tertentu saja.

Di sisi lain, strategi digital pesantren juga dilakukan dengan menjaga konsistensi unggahan konten di media sosial. Divisi multimedia menetapkan jadwal unggahan rutin setiap minggu dengan sistem pembagian antara tim putra dan tim putri. Informan utama menyampaikan:

“Jika minggu pertama yang putra, maka minggu kedua yang putri. Jadi setiap minggu ada satu konten wajib.”

Penjadwalan tersebut dilakukan agar aktivitas media sosial tetap berjalan secara konsisten dan terorganisir. Konten yang dipublikasikan tidak hanya berupa promosi penerimaan santri baru, tetapi juga memuat dakwah, kegiatan santri, edukasi keagamaan, serta aktivitas keseharian di pesantren. Pesantren menekankan bahwa media digital tidak semata-mata digunakan untuk mengejar viralitas, tetapi sebagai sarana dakwah dan penyebaran nilai-nilai positif secara berkelanjutan.

“Kita bukan hanya sekedar ngejar viral, tapi yang kita kejar ada istiqomah, istiqomah buat konten dan istiqomah menyebar dakwah.”

Dalam proses evaluasi, Divisi Multimedia sebelumnya rutin mengadakan rapat mingguan maupun bulanan untuk membahas perkembangan media digital. Namun, seiring berjalannya waktu dan terbentuknya aturan kerja yang jelas, evaluasi dilakukan secara lebih fleksibel melalui pengawasan langsung dari pengasuh dan koordinasi antar pengurus. Konten yang tidak sesuai biasanya langsung mendapat teguran untuk diperbaiki.

Selain pembagian tim produksi, Divisi Multimedia juga membagi fokus kerja ke dalam beberapa bidang utama, yaitu tim konten dakwah, tim video PPDB, dan tim pembuatan pamflet pengajian maupun pengumuman pesantren. Konten yang telah dipublikasikan kemudian disebarluaskan kembali melalui saluran WhatsApp dan grup pengurus pesantren agar jangkauan

publikasi semakin luas. Bahkan terdapat ketentuan tertentu mengenai kewajiban membagikan konten pesantren sebagai bentuk dukungan terhadap publikasi digital.

Pengembangan strategi digital pesantren juga didukung dengan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI). Informan utama menjelaskan bahwa tim multimedia mulai menggunakan AI untuk membantu penyusunan script dan pengembangan ide konten. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren berupaya mengikuti perkembangan teknologi digital dalam pengelolaan media sosial.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa strategi digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah dilakukan melalui penguatan sumber daya manusia, pengawasan konten berbasis nilai pesantren, konsistensi publikasi, sistem regenerasi tim, serta pemanfaatan teknologi digital modern. Strategi tersebut bertujuan untuk membangun citra positif pesantren sekaligus meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Hidayah. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan pengurus yang menyebutkan:

“Harapannya dari media-media yang kami upload juga bisa memberikan gambaran positif kepada masyarakat dan memberikan daya tarik sendiri kepada masyarakat tadi.”

Media Digital yang Digunakan Divisi Multimedia dalam Publikasi Penerimaan Santri Baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama dan panitia PPDB, Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah memanfaatkan berbagai media digital sebagai sarana publikasi penerimaan santri baru. Penggunaan media digital tersebut berkembang secara bertahap mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan promosi pesantren. Pada awalnya, media yang digunakan masih bersifat konvensional, seperti radio dan pamflet. Informan utama menjelaskan:

“Tahun 2020 kami niku pakai radio Al Hidayah.”

Selain radio, pesantren juga mulai memanfaatkan media desain grafis berupa pamflet digital yang digunakan untuk menyebarkan informasi kegiatan maupun promosi pesantren melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Informan utama menyampaikan:

“Media dulu kami pertama kali saya ingat ikut pelatihan buat pamflet.”



Gambar 1. Pamflet Pondok Pesantren Darul Hidayah

Sumber: Dokumentasi Penelitian

Perkembangan media digital di Pondok Pesantren Darul Hidayah semakin meningkat sejak masa pandemi Covid-19. Pesantren mulai memanfaatkan platform media sosial berbasis video dan visual seperti YouTube, TikTok, dan Instagram untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas. Informan utama menjelaskan:

“Ending-e kami juga bermain atau menggunakan media YouTube, TikTok, Instagram seperti itu.”

Penggunaan YouTube lebih difokuskan sebagai media dakwah dan dokumentasi kegiatan pengajaran pesantren. Setiap kegiatan pengajaran rutin pengasuh disiarkan secara langsung melalui fitur live streaming dan kemudian disimpan di kanal YouTube pesantren agar dapat diakses kembali oleh masyarakat. Informan utama menyampaikan:

“Kalau YouTube itu pasti ada live streaming. Setiap pengajian Ahad pagi ada live streaming-nya dan disimpan di YouTube.”



Gambar 2. Kanal Youtube Pondok Pesantren Darul Hidayah
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Sementara itu, media sosial TikTok dan Instagram menjadi platform utama dalam publikasi penerimaan santri baru dan promosi aktivitas pesantren. TikTok digunakan untuk menampilkan konten video yang lebih menarik dan dekat dengan kalangan remaja, khususnya calon santri usia sekolah dasar dan sekolah menengah pertama. Informan utama menjelaskan: “Kalau untuk menarik minat santri baru itu lebih gampang main di TikTok-nya.”



Gambar 3. Akun Tiktok Pondok Pesantren Daarul Hidayah
Sumber: Dokumentasi Penelitian.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pesantren menyesuaikan strategi publikasi dengan karakteristik pengguna media sosial saat ini, di mana generasi muda lebih aktif menggunakan TikTok sebagai media hiburan sekaligus sumber informasi.

Selain TikTok, Instagram juga menjadi media digital yang aktif digunakan dalam publikasi pesantren. Platform ini dimanfaatkan untuk mengunggah konten visual seperti pamflet, dokumentasi kegiatan, maupun informasi penerimaan santri baru. Informan utama menyampaikan:

“Video-video banyak di TikTok, nanti kalau konten gambar atau pamflet-pamflet di Instagram.”



Gambar 4. Akun Instagram Pondok Pesantren Darul Hidayah
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan panitia PPDB yang menyebutkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling efektif dalam menjangkau masyarakat. Informan PPDB menyatakan:

“Instagram itu paling efektif. View-view-nya banyak di Instagram.”

Selain media sosial berbasis video dan gambar, Divisi Multimedia juga memanfaatkan WhatsApp sebagai sarana penyebaran informasi dan dakwah digital. Pesantren memiliki saluran atau channel WhatsApp yang digunakan untuk membagikan konten dakwah, informasi kegiatan, serta publikasi penerimaan santri baru kepada wali santri dan masyarakat umum. Informan utama menjelaskan:

“Kita ada channel WA khusus sendiri. Yang pengen dapat konten dakwah nanti banyak di saluran itu.”



Gambar 5. Saluran WA Pondok Pesantren Darul Hidayah
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Penggunaan WhatsApp dinilai efektif karena mayoritas pengguna aplikasi tersebut adalah kalangan orang tua dan wali santri. Konten yang dibagikan melalui WhatsApp umumnya berupa ilmu agama, dalil, kutipan ulama, serta informasi kegiatan pesantren. Bahkan jumlah anggota saluran WhatsApp tersebut telah mencapai lebih dari seribu pengguna.

Dalam proses produksi konten digital, Divisi Multimedia lebih banyak menggunakan perangkat telepon genggam dibandingkan komputer. Informan utama menjelaskan bahwa hampir seluruh proses editing video dilakukan melalui smartphone karena dinilai lebih praktis dan mudah digunakan oleh tim multimedia.

“Kalau untuk editing-nya itu pakai HP, rata-rata HP. Video-video yang di-upload semua pakai HP, ndak ada yang pakai komputer.”



Gambar 6. Editing dengan Hp
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media digital di Pondok Pesantren Darul Hidayah dilakukan secara fleksibel dan menyesuaikan dengan kemampuan serta fasilitas yang dimiliki tim multimedia.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah menggunakan berbagai media digital secara terpadu dalam publikasi penerimaan santri baru, meliputi YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp Channel, radio, serta pamflet digital. Penggunaan berbagai platform tersebut menunjukkan adanya strategi komunikasi digital yang menyesuaikan karakteristik audiens, baik kalangan remaja maupun wali santri, sehingga publikasi pesantren dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif.

Peran Divisi Multimedia dalam Mendukung Penerimaan Santri Baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama, panitia PPDB, dan pengurus pondok pesantren, diperoleh temuan bahwa Divisi Multimedia memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Darul Hidayah. Peran tersebut diwujudkan melalui publikasi digital yang menampilkan profil pondok, kegiatan santri, serta suasana kehidupan pesantren secara menarik dan komunikatif kepada masyarakat.

Informan utama menjelaskan bahwa konten multimedia tidak hanya berfokus pada promosi PPDB semata, tetapi juga memperkenalkan kehidupan dan aktivitas pesantren secara lebih luas. Konten yang dipublikasikan menampilkan fasilitas pondok, kegiatan pembelajaran, hingga aktivitas santri sehari-hari agar masyarakat memperoleh gambaran nyata mengenai kehidupan di Pondok Pesantren Darul Hidayah. Informan menyampaikan:

“Kita akan menunjukkan oh Pondok Darul Hidayah itu bagaimana. Mungkin akan mengenalkan nanti ada konten ada kalanya kita akan ngeshoot bangunannya gimana, kemudian kegiatan mereka ngajar itu bagaimana.”

Selain menampilkan kegiatan pembelajaran, Divisi Multimedia juga menonjolkan sisi positif dan menyenangkan dari kehidupan santri di pondok pesantren. Hal tersebut dilakukan untuk mengubah pandangan masyarakat bahwa kehidupan pondok tidak selalu identik dengan aktivitas belajar yang monoton. Informan utama menjelaskan:

“Nanti akan kita tampilkan bahasanya di pondok itu juga menyenangkan loh. Nggak selamanya metentang ngapalke atau baca kitab terus, ada kalanya mereka happy-happy, ada kalanya mereka futsal.”

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Divisi Multimedia berperan dalam membangun citra positif pesantren melalui penyajian konten yang humanis, edukatif, dan menarik bagi calon santri maupun wali santri.

Peran multimedia juga terlihat dalam peningkatan minat masyarakat terhadap pondok pesantren melalui media sosial. Informan utama menyampaikan bahwa konten yang diunggah terutama melalui TikTok mampu menarik rasa penasaran calon santri sehingga mereka tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut dan melakukan survei langsung ke pondok. Hal tersebut terlihat dari pernyataan berikut:

“Tetap ada dampaknya nggak Mas untuk konten-konten itu tadi terutama nggak di TikTok. Karena kan anak-anak penasaran... ada menarik minat kemudian ingin survei di pondok.”

Selain itu, keberadaan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memudahkan masyarakat dalam mencari informasi mengenai Pondok Pesantren Darul Hidayah. Informan menyebutkan:

“Kalau kita kepo, caranya di mana? Oh, di Darul Hidayah nanti akan keluar. Di TikTok ada, di Instagram ada, di YouTube pun ada.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Divisi Multimedia berfungsi sebagai sarana publikasi dan penyebaran informasi pesantren secara luas melalui platform digital yang mudah diakses masyarakat.

Hasil wawancara dengan panitia PPDB juga menunjukkan bahwa Divisi Multimedia memiliki peran langsung dalam mendukung kebutuhan promosi penerimaan santri baru. Tim PPDB dapat meminta pembuatan konten tertentu kepada Divisi Multimedia sesuai kebutuhan promosi yang dilakukan. Informan menyampaikan:

“PPDB butuh konten memang request begini-begini nanti akan bilang ke media.”

Selain itu, ketika tim PPDB melakukan kunjungan promosi ke sekolah-sekolah, Divisi Multimedia turut menyiapkan berbagai materi pendukung seperti video, presentasi, dan konten motivasi sesuai permintaan sekolah tujuan. Informan menjelaskan:

“Itu kan nanti beda konten yang akan tampilkan beda. Jadi di situ biasanya kita sudah siap 2 hari sebelumnya harus sudah ready semua kontennya.”

Hal tersebut menunjukkan bahwa Divisi Multimedia tidak hanya berperan dalam publikasi media sosial, tetapi juga mendukung kegiatan promosi lapangan secara langsung melalui penyediaan materi digital yang sesuai dengan kebutuhan sasaran promosi.

Sementara itu, berdasarkan wawancara dengan pengurus pondok, Divisi Multimedia dinilai berperan dalam membangun citra positif pesantren di tengah masyarakat. Kehadiran media digital dianggap mampu menunjukkan bahwa pesantren memiliki kegiatan yang positif dan modern sehingga dapat mengurangi stigma negatif terhadap pondok pesantren. Informan menyampaikan:

“Itu bisa menunjukkan bahwasanya pondok itu nggak seburuk yang digambarkan... kemudian juga menunjukkan bahwasanya kita itu ada.”

Pengurus pondok juga menegaskan bahwa media digital menjadi sarana penting agar Pondok Pesantren Darul Hidayah lebih dikenal masyarakat luas, khususnya karena pondok tersebut masih tergolong baru berkembang. Informan menjelaskan:

“Biar kita dikenal, maka tim konten ini perlu.”

Selain itu, publikasi digital juga dinilai mampu mengubah pandangan sebagian wali santri terhadap kehidupan pesantren. Informan menyatakan:

“Yang awal mulanya enggak tahu Darul Hidayah, kemudian dari media ini bisa.”

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Divisi Multimedia memiliki peran strategis dalam mendukung penerimaan santri baru melalui publikasi digital, pembentukan citra positif pesantren, penyediaan materi promosi PPDB, serta peningkatan daya tarik masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Hidayah.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Digital Divisi Multimedia

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan utama dan panitia PPDB, diperoleh temuan bahwa keberhasilan strategi digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah didukung oleh keterlibatan langsung pengasuh, ketersediaan fasilitas media, serta dukungan pendanaan terhadap kebutuhan produksi konten digital. Informan utama menjelaskan bahwa pengasuh pondok tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga ikut mengawasi dan memastikan kualitas konten yang dipublikasikan. Hal tersebut terlihat dari pernyataan informan berikut:

“Beliau sendiri turun, bukan hanya sekedar memberi dawuh. Ketika menyampaikan keinginan maka ada action-nya juga ikut. Beliau ikut turut serta mengawasi gimana biar sukses.”

Keterlibatan pengasuh tersebut menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi dan kualitas publikasi digital pesantren. Pengasuh tidak hanya bertindak sebagai pemberi kebijakan, tetapi juga sebagai pengarah utama dalam proses produksi konten multimedia.

Selain dukungan pengasuh, faktor pendukung lainnya adalah tersedianya fasilitas media yang memadai. Informan utama menyampaikan bahwa pihak pondok menyediakan kamera profesional dan mendukung penggunaan perangkat pribadi yang dimiliki anggota tim multimedia. Sebagian besar anggota tim menggunakan telepon genggam dengan spesifikasi tinggi untuk proses produksi dan editing konten digital. Informan menjelaskan:

“Faktor pendukung nggih pasti di sini ada memang media, kamera ada. Kami disediakan kamera profesional.”

Selain itu, anggota tim multimedia juga berupaya menggunakan perangkat pribadi yang mendukung kebutuhan editing konten digital. Informan menyatakan:

“Biasanya memang HP-nya bagus-bagus dari tim media, jarang tim media kok punya HP sing jelek-jelek.”

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perangkat teknologi menjadi unsur penting dalam menunjang efektivitas produksi konten digital pesantren, terutama karena proses editing lebih banyak dilakukan menggunakan telepon genggam.

Dukungan lain juga diberikan dalam bentuk pendanaan terhadap aplikasi atau kebutuhan produksi media digital. Informan utama menjelaskan bahwa pihak yayasan dan pengasuh bersedia membiayai kebutuhan aplikasi premium atau fasilitas tambahan yang diperlukan tim multimedia, sebagaimana pernyataan berikut:

“Bahkan dari yayasan pun dari pengasuh juga mendanai kalau memang butuh sing pro tak bayari.”

Dukungan pendanaan tersebut memperlihatkan adanya komitmen lembaga dalam mengembangkan kualitas publikasi digital pesantren secara berkelanjutan.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi digital Divisi Multimedia. Hambatan pertama berasal dari sumber daya manusia dalam tim multimedia. Informan utama menjelaskan bahwa tidak semua anggota tim memiliki kemampuan dan kecepatan kerja yang sama dalam proses produksi konten. Hal ini sebagaimana disampaikan berikut:

“Kendalanya pastinya dari tim tadi ndak semua tim bisa langsung kerja sing satset-satset.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan teknis dan kontribusi anggota tim masih menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi produksi media digital.

Hambatan berikutnya berkaitan dengan keterbatasan kapasitas penyimpanan perangkat yang digunakan anggota tim multimedia. Meskipun sebagian besar anggota telah menggunakan telepon genggam dengan spesifikasi baik, keterbatasan memori tetap menjadi kendala dalam proses editing dan penyimpanan file video. Informan menyampaikan:

“HP yang sudah bagus-bagus, tapi kan mereka memori juga enggak yang unlimited.”

Selain hambatan internal, terdapat pula kendala dalam pelaksanaan publikasi langsung ke sekolah-sekolah mitra saat kegiatan promosi PPDB. Berdasarkan wawancara dengan panitia PPDB, beberapa sekolah memiliki permintaan khusus terkait materi presentasi dan motivasi yang harus disiapkan sebelumnya. Informan menjelaskan:

“Ada sekolah yang minta dimotivasi-motivasi. Maka kita juga harus sedia konten yang tadi kan, PPT atau apa video-video untuk motivasi.”

Permintaan yang berbeda-beda dari sekolah tujuan menyebabkan tim PPDB dan multimedia harus menyiapkan berbagai jenis materi publikasi dalam waktu yang terbatas. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan strategi promosi penerimaan santri baru.

PEMBAHASAN

Strategi Digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah dilakukan melalui penguatan sumber daya manusia, kerja sama dengan tenaga profesional, pengawasan konten berbasis nilai pesantren, regenerasi anggota multimedia, konsistensi publikasi media sosial, serta pemanfaatan teknologi digital modern. Strategi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan pesantren tidak hanya berorientasi pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada pembangunan sistem pengelolaan media yang berkelanjutan.

Kerja sama awal dengan tenaga profesional untuk mempelajari produksi konten digital menunjukkan adanya proses transfer pengetahuan dalam pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan strategi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam membangun kompetensi internal. Dalam konteks lembaga pendidikan, penguatan kapasitas sumber daya manusia merupakan faktor penting karena teknologi yang tersedia tidak akan memberikan manfaat optimal tanpa didukung kemampuan pengguna yang memadai. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Nasrullah, 2015) yang menyatakan bahwa perkembangan media digital menuntut peningkatan literasi dan keterampilan digital agar individu maupun organisasi mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi komunikasi.

Selain penguatan sumber daya manusia, strategi digital Pondok Pesantren Darul Hidayah juga ditandai dengan adanya sistem pengawasan dan sensor konten sebelum dipublikasikan. Pengawasan tersebut dilakukan oleh pengasuh pondok dan tim sensor yang dibentuk secara khusus. Temuan ini menunjukkan adanya upaya untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan media digital dengan nilai-nilai pendidikan Islam yang dianut pesantren. Dalam praktiknya, media sosial memiliki karakteristik terbuka dan memungkinkan penyebaran informasi secara luas, sehingga diperlukan pengawasan untuk menghindari konten yang tidak sesuai dengan tujuan lembaga. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kaplan & Haenlein, 2010) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memerlukan pengelolaan dan kontrol yang baik agar komunikasi yang dilakukan tetap selaras dengan identitas organisasi.

Keunikan temuan penelitian ini terletak pada keberadaan sistem sensor berbasis nilai kepesantrenan. Berbeda dengan lembaga pendidikan umum yang umumnya berfokus pada efektivitas promosi dan peningkatan jangkauan audiens, Pondok Pesantren Darul Hidayah menempatkan aspek etika dan nilai keislaman sebagai pertimbangan utama dalam publikasi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital di lingkungan pesantren tidak menghilangkan identitas kelembagaan, melainkan menjadi sarana untuk memperkuat nilai-nilai yang telah ada.

Strategi digital pesantren juga diperkuat melalui sistem regenerasi anggota multimedia yang dilakukan secara berkelanjutan. Regenerasi dilakukan dengan melibatkan santri dalam program khidmah sehingga pengelolaan media tidak bergantung pada individu tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan pengelolaan media digital menjadi perhatian penting dalam organisasi pesantren. Menurut (Munir, 2012), keberhasilan pengelolaan multimedia pendidikan memerlukan perencanaan yang berkelanjutan, termasuk dalam aspek pengembangan sumber daya manusia.

Konsistensi publikasi yang diterapkan melalui jadwal unggahan rutin juga menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan komunikasi digital. Dalam strategi komunikasi digital, konsistensi publikasi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap tingkat keterlibatan audiens dan penguatan identitas lembaga. (Alhabash & Ma, 2017) menjelaskan bahwa intensitas

dan konsistensi aktivitas media sosial berpengaruh terhadap keterlibatan pengguna serta efektivitas penyebaran informasi.

Selain itu, penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam penyusunan ide dan konsep konten menunjukkan bahwa pesantren telah mulai mengadopsi teknologi komunikasi modern. Temuan ini memperlihatkan bahwa transformasi digital di pesantren tidak hanya terbatas pada penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi yang dapat meningkatkan efektivitas kerja tim multimedia. Dengan demikian, strategi digital yang diterapkan Pondok Pesantren Darul Hidayah dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi organisasi pendidikan Islam terhadap perkembangan teknologi komunikasi tanpa meninggalkan nilai-nilai yang menjadi identitas lembaga.

Media Digital yang Digunakan dalam Publikasi Penerimaan Santri Baru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah memanfaatkan berbagai media digital, yaitu Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp Channel, radio, dan pamflet digital dalam mendukung publikasi penerimaan santri baru. Penggunaan berbagai platform tersebut menunjukkan adanya strategi komunikasi digital yang disesuaikan dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran publikasi.

TikTok dan Instagram menjadi media utama dalam menarik perhatian calon santri karena kedua platform tersebut banyak digunakan oleh kalangan remaja. Temuan ini menunjukkan bahwa pesantren telah memahami perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Generasi muda saat ini lebih tertarik pada informasi yang disajikan dalam bentuk visual dan audiovisual dibandingkan informasi berbasis teks. Oleh karena itu, penggunaan video pendek dan konten visual menjadi strategi yang relevan dalam membangun daya tarik terhadap lembaga pendidikan.

Temuan ini sejalan dengan teori media sosial yang dikemukakan (Kaplan & Haenlein, 2010), yang menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan organisasi membangun komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif dengan audiens. Melalui TikTok dan Instagram, Pondok Pesantren Darul Hidayah tidak hanya menyampaikan informasi mengenai penerimaan santri baru, tetapi juga memperkenalkan budaya, aktivitas, dan lingkungan pesantren secara lebih menarik.

Instagram dinilai sebagai platform yang paling efektif dalam menjangkau masyarakat karena memiliki tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media berbasis visual memiliki peran penting dalam membentuk perhatian dan persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga. (Nasrullah, 2015) menjelaskan bahwa media sosial berbasis visual mampu menyampaikan informasi secara lebih cepat dan menarik sehingga memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas komunikasi organisasi.

Di sisi lain, YouTube digunakan sebagai media dakwah dan dokumentasi kegiatan pesantren melalui fitur live streaming pengajaran. Penggunaan YouTube menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya memanfaatkan media digital untuk tujuan promosi, tetapi juga untuk penyebaran ilmu keagamaan kepada masyarakat. Temuan ini mendukung penelitian (Izzulloh & Moebin, 2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi dakwah melalui platform video mampu memperluas jangkauan komunikasi pesantren di era digital.

Selain itu, penggunaan WhatsApp Channel menunjukkan adanya strategi segmentasi audiens yang jelas. Jika TikTok dan Instagram lebih banyak menyasar calon santri usia sekolah, maka WhatsApp digunakan untuk menjangkau wali santri dan masyarakat umum yang lebih aktif menggunakan aplikasi pesan instan. Strategi ini menunjukkan bahwa pemilihan media digital tidak dilakukan secara acak, tetapi mempertimbangkan karakteristik pengguna masing-masing platform.

Secara keseluruhan, penggunaan berbagai media digital tersebut menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Darul Hidayah telah menerapkan komunikasi digital terpadu (integrated digital communication) yang memungkinkan penyampaian pesan kepada berbagai kelompok audiens secara lebih efektif. Strategi tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan publikasi penerimaan santri baru di era digital.

Peran Divisi Multimedia dalam Mendukung Penerimaan Santri Baru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Multimedia memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung penerimaan santri baru melalui publikasi digital, pembentukan citra positif pesantren, serta penyediaan materi promosi untuk kegiatan PPDB. Peran tersebut menunjukkan bahwa multimedia tidak lagi berfungsi sebagai pelengkap kegiatan organisasi, melainkan telah menjadi bagian strategis dalam proses komunikasi lembaga pendidikan.

Melalui berbagai konten yang dipublikasikan, Divisi Multimedia berupaya menampilkan gambaran kehidupan pesantren secara lebih terbuka dan menarik kepada masyarakat. Konten yang menampilkan fasilitas, kegiatan belajar, aktivitas santri, hingga kegiatan olahraga menjadi sarana untuk memperkenalkan kehidupan pesantren secara lebih nyata. Strategi tersebut penting karena masih terdapat sebagian masyarakat yang memiliki persepsi bahwa kehidupan pesantren identik dengan aktivitas belajar yang kaku dan monoton.

Menurut (Arsyad, 2017), multimedia memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik melalui kombinasi unsur teks, gambar, audio, dan video. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan multimedia memungkinkan masyarakat memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai kehidupan di Pondok Pesantren Darul Hidayah dibandingkan melalui media promosi konvensional.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa publikasi digital mampu meningkatkan rasa penasaran calon santri terhadap pesantren sehingga mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut maupun melakukan kunjungan langsung ke lokasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi dan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. (Kotler et al., 2022) menjelaskan bahwa komunikasi digital yang efektif dapat meningkatkan visibilitas lembaga dan membangun ketertarikan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan.

Selain membangun citra positif, Divisi Multimedia juga berperan dalam mendukung kebutuhan promosi lapangan yang dilakukan panitia PPDB. Tim multimedia bertugas menyiapkan video, presentasi, dan berbagai materi visual sesuai kebutuhan sekolah tujuan. Temuan ini menunjukkan bahwa fungsi multimedia tidak hanya terbatas pada pengelolaan media sosial, tetapi juga menjadi pendukung utama dalam kegiatan komunikasi langsung dengan masyarakat.

Dengan demikian, Divisi Multimedia dapat dipahami sebagai aktor strategis yang berkontribusi dalam membangun citra lembaga, meningkatkan visibilitas pesantren, serta memperluas jangkauan informasi penerimaan santri baru kepada masyarakat.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Digital Divisi Multimedia

Keberhasilan strategi digital Pondok Pesantren Darul Hidayah didukung oleh beberapa faktor, yaitu keterlibatan pengasuh, tersedianya fasilitas media, dan dukungan pendanaan lembaga. Keterlibatan pengasuh dalam proses pengawasan dan evaluasi menunjukkan adanya dukungan kepemimpinan yang kuat terhadap pengembangan media digital pesantren. Dalam manajemen organisasi, dukungan pimpinan merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan implementasi program karena berkaitan dengan arah kebijakan, motivasi anggota, dan pengambilan keputusan (Sugiyono, 2020).

Selain itu, tersedianya fasilitas media seperti kamera profesional dan perangkat smartphone yang memadai turut mendukung kelancaran produksi konten digital. Dukungan pendanaan dari yayasan juga memungkinkan tim multimedia menggunakan aplikasi premium dan fasilitas tambahan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas konten. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital membutuhkan dukungan sumber daya yang memadai, baik dari aspek teknologi maupun finansial.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam pelaksanaan strategi digital. Hambatan utama berasal dari keterbatasan kemampuan sumber daya manusia. Tidak semua anggota tim multimedia memiliki keterampilan yang sama dalam produksi dan editing konten sehingga proses kerja terkadang berjalan kurang optimal. Temuan

ini menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi digital perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan dan pendampingan.

Keterbatasan kapasitas penyimpanan perangkat juga menjadi kendala dalam pengelolaan media digital. Produksi konten video memerlukan ruang penyimpanan yang besar sehingga keterbatasan memori perangkat dapat menghambat proses editing dan penyimpanan data. Selain itu, kebutuhan materi promosi yang beragam dalam kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah juga menjadi tantangan tersendiri karena tim multimedia harus menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens yang berbeda.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia, dukungan kelembagaan, ketersediaan teknologi, dan kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap kebutuhan komunikasi yang terus berkembang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh pondok pesantren di Indonesia. Kedua, penelitian belum melibatkan calon santri maupun wali santri sebagai informan sehingga temuan masih berfokus pada perspektif internal lembaga. Ketiga, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sehingga belum mampu mengukur secara kuantitatif hubungan antara strategi digital dan peningkatan jumlah pendaftar santri baru. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan mixed methods agar dapat mengukur efektivitas strategi digital secara lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi digital Divisi Multimedia Pondok Pesantren Darul Hidayah Sukoharjo dilakukan melalui penguatan sumber daya manusia, kerja sama dengan tenaga profesional, sistem pengawasan konten berbasis nilai pesantren, regenerasi anggota multimedia, konsistensi publikasi media sosial, serta pemanfaatan teknologi digital modern seperti aplikasi editing dan kecerdasan buatan (AI). Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya pesantren dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan komunikasi digital di era modern.

Media digital yang digunakan dalam publikasi penerimaan santri baru meliputi Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp Channel, radio, dan pamflet digital. TikTok dan Instagram menjadi media utama dalam menarik minat calon santri, sedangkan YouTube digunakan sebagai media dakwah dan dokumentasi kegiatan pesantren. WhatsApp Channel dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi kepada wali santri dan masyarakat umum.

Divisi Multimedia memiliki peran strategis dalam mendukung penerimaan santri baru melalui publikasi digital, pembentukan citra positif pesantren, penyediaan materi promosi PPDB, serta peningkatan daya tarik masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Hidayah. Konten multimedia yang dipublikasikan mampu memberikan gambaran kehidupan pesantren secara lebih menarik dan komunikatif kepada masyarakat. Faktor pendukung strategi digital meliputi keterlibatan aktif pengasuh, tersedianya fasilitas media yang memadai, serta dukungan pendanaan dari yayasan dan pengurus pondok. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, kapasitas penyimpanan perangkat multimedia, dan kebutuhan penyesuaian konten dalam kegiatan promosi langsung ke sekolah-sekolah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital berbasis multimedia memiliki kontribusi penting dalam mendukung publikasi dan pengembangan citra pondok pesantren di era digital. Oleh karena itu, penguatan pengelolaan multimedia dan pengembangan sumber daya manusia digital menjadi aspek penting dalam meningkatkan efektivitas penerimaan santri baru di lembaga pendidikan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media+ Society*, 3(1), 2056305117691544.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arsyad, A. (2017). *Media Pembelajaran* (A. Rahman, Ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Izzulloh, A. S. H., & Moebin, A. A. (2022). Digitalisasi Dakwah Pondok Pesantren Saat Pandemi Covid 19. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 20–42. <https://doi.org/10.21274/taalum.2022.10.1.20-42>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management, global edition* (Vol. 832). Pearson.
- Miranti, M., Arwan, A., & Hidayat, H. (2026). Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial (Instagram, Tiktok) di Pondok Pesantren Al-ittifaqiah Indralaya Ogan Ilir. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 4(2), 493–504.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif, cet. XI*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. (2012). Multimedia konsep & aplikasi dalam pendidikan. *Bandung: Alfabeta*, 1–432.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
- Rifqi, M. A. (2023). Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Di Era Digital: Studi Kasus Implementasi Di Pondok Pesantren Sabilillah Surabaya. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 11(4), 1010–1019.
- Sugiyono, M. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, interaktif, dan konstruktif. Cocok untuk 1. Mahasiswa SI, S2, dan S3. 2. Dosen dan peneliti Ed. 3 Cet. 3 Thn. 2020*.
- Yati Nurhayati, Rachmat Ismaya, & Toni Khalimi. (2024). Pengenalan Teknologi Informasi dan Aplikasi Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Hidayatul Ikhwan Berbasis Android. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 3(2), 100–106. <https://doi.org/10.25134/jise.v3i2.72>