E-ISSN: 3025-0994
Halaman 3678-3690
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Manajemen SABDA Media (Santri Berdakwah) melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kualitas Pondok Pesantren: Studi Literatur

Imam Hefni Mubarok [1], Hartono[2], Moh. Khusnuridlo[3]

[1,2,3] Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia
e-mail: qingming454@gmail.com, hartono2986@gmail.com
khusnuridlo@uinkhas.ac.id

Abstrak

Pondok pesantren kini berdakwah di dua ruang sekaligus: ruang tatap muka yang diwariskan tradisi, dan ruang digital yang menuntut kecakapan baru. SABDA Media (Santri Berdakwah), program ekstra Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Asy'ariyah Curahlele, Balung, Jember, mencoba mengisi ruang kedua dengan melibatkan santri sebagai pelaku dokumentasi dan dakwah di media sosial. Artikel ini mengkaji manajemen program tersebut melalui empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan) serta menimbang kontribusinya bagi kualitas pesantren. Penelitian ini bersifat kualitatif, berjenis studi literatur, dan diperkuat analisis dokumen program berupa naskah visi dan misi serta foto banner, checklist proyek, papan tenggat, dan daftar pemesanan kaos Hari Santri 2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa SABDA Media telah memiliki fondasi manajemen yang cukup kokoh, yaitu visi dan misi tertulis, empat bidang kerja, enam program unggulan, rencana kerja tahunan, dan perangkat kerja harian. Kelemahan utamanya ada pada pengawasan: indikator keberhasilan masih mengukur keluaran kegiatan dan belum menangkap jangkauan maupun interaksi audiens. Literatur mencatat hambatan yang lazim pada dakwah digital pesantren, yakni keterbatasan sumber daya manusia, waktu, dan anggaran, serta ketiadaan jadwal dan prosedur baku. Dikelola dengan baik, program semacam ini berpotensi memperluas jangkauan dakwah, memperkuat citra lembaga, dan menumbuhkan kompetensi santri. Artikel ini menawarkan model konseptual yang dapat diuji dalam penelitian lapangan berikutnya.

Kata Kunci: Manajemen Dakwah, SABDA Media, Santri Berdakwah, Media Sosial, Kualitas Pondok Pesantren

Abstract

Islamic boarding schools (pesantren) now carry out da'wah in two spaces at once: the face-to-face space inherited from tradition, and a digital space that demands new competencies. SABDA Media (Santri Berdakwah, or Students Preaching), an extracurricular program of Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Asy'ariyah Curahlele, Balung, Jember, seeks to

occupy the second space by involving students (santri) in documentation and da'wah on social media. This article examines the program's management through the four functions of management (planning, organizing, actuating, and controlling) and weighs its contribution to the quality of the pesantren. The study is a qualitative literature review supported by program document analysis: a vision and mission text and photographs of the program banner, project checklist, deadline board, and the 2026 Santri Day T-shirt order list. The review finds that SABDA Media already rests on a fairly solid management foundation: a written vision and mission, four work fields, six flagship programs, an annual work plan, and daily working tools. Its main weakness lies in controlling: success indicators still measure activity outputs and do not yet capture audience reach or interaction. The literature records obstacles common to digital da'wah in pesantren, namely limited human resources, time, and budget, and the absence of schedules and standard procedures. When well managed, such a program has the potential to widen the reach of da'wah, strengthen institutional image, and nurture santri competence. The article proposes a conceptual model that future field research can test.

Keywords: *Da'wah Management, SABDA Media, Santri Preaching, Social Media, Pesantren Quality*

LATAR BELAKANG

Pesantren sejak lama menjadi tempat ilmu dan akhlak diwariskan dari guru kepada murid, dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kini warisan itu berjumpa dengan layar. Media sosial telah menjadi saluran utama bagi masyarakat untuk mengenal lembaga pendidikan, dan bagi pesantren untuk menyampaikan pesan keagamaan, memperkenalkan kegiatan, serta menjalin hubungan dengan wali santri dan masyarakat. Ilhamuddin et al. (2022) menegaskan bahwa pesantren memerlukan media sosial agar masyarakat memahami kegiatannya sekaligus menerima dakwah Islam, dan bahwa pengurus harus cakap mengelolanya.

Ruang digital bukan ruang yang netral. Ade Iim et al. (2025) menunjukkan bagaimana sebuah pesantren dapat dibingkai secara negatif dan sensasional oleh media massa. Temuan ini mengingatkan bahwa pesantren yang tidak menceritakan dirinya sendiri berisiko diceritakan oleh pihak lain, sehingga kemampuan mengelola narasi melalui media milik lembaga menjadi persoalan yang serius.

Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa banyak pesantren telah hadir di media sosial, tetapi mutu pengelolaannya beragam. Ariadi et al. (2026) menemukan bahwa Yayasan Khadimul Ummah Kajang mengembangkan model dakwah hibrida yang memadukan metode tradisional dengan Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok, sehingga jangkauan dakwah meluas dan citra lembaga menguat. Sebaliknya, Maulana dan Sholihin (2025) mendapati bahwa pengelolaan media sosial di Pesantren Assalafi Al Fithrah Surabaya belum optimal: konten lebih berfokus pada dakwah, informasi kegiatan lembaga minim, jadwal unggah tidak ada, dan sumber daya manusia serta anggaran terbatas. Jakaria et al. (2026) menemukan tiga tantangan di sebuah pesantren di Jambi, yaitu keterbatasan

infrastruktur teknologi, literasi digital yang rendah pada ustaz dan santri, serta ketiadaan prosedur baku produksi konten, meskipun komitmen pesantren itu terhadap dakwah digital tetap kuat. Dari ketiganya tampak bahwa keberhasilan dakwah digital pesantren bergantung pada manajemennya, bukan semata pada kehadiran di platform.

Berdasarkan penelusuran penulis, kajian yang ada cenderung menyoroti strategi dakwah, komunikasi, atau kehumasan pesantren. Telaah yang memosisikan santri sebagai pelaku dakwah digital, lalu membacanya dengan kerangka manajemen pendidikan Islam dan kaitannya dengan kualitas pesantren, masih terbatas. Jakaria et al. (2026) menyatakan hal serupa: penelitian tentang pengelolaan dakwah digital pesantren sebagai proses organisasi yang melibatkan kepemimpinan, sumber daya manusia, dan sistem produksi media masih sedikit.

Artikel ini mengisi celah tersebut melalui SABDA Media (Santri Berdakwah), program ekstra Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Asy'ariyah Curahlele, Balung, Jember, yang bergerak melalui media sosial. Secara internal, program ini mendokumentasikan kegiatan pesantren; secara eksternal, ia menyebarkan informasi dan nilai dakwah pesantren kepada masyarakat. Program ini juga dirancang sebagai wadah belajar santri di bidang jurnalistik, fotografi, videografi, desain grafis, dan teknologi digital.

Tiga pertanyaan memandu kajian ini: (1) bagaimana konsep manajemen dakwah santri berbasis media sosial menurut literatur; (2) bagaimana fungsi manajemen dapat diterapkan pada SABDA Media; dan (3) bagaimana kontribusinya terhadap kualitas pondok pesantren. Sumbangan artikel ini berupa model konseptual manajemen SABDA Media yang dapat menjadi rujukan pesantren lain dan landasan penelitian lapangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi literatur (*library research*) yang diperkuat analisis dokumen program. Studi literatur dipilih karena tujuan artikel adalah menyintesis konsep dan temuan penelitian terdahulu untuk merumuskan model manajemen. Dokumen program dipakai untuk menggambarkan praktik SABDA Media apa adanya, bukan untuk mengukur efektivitasnya di lapangan.

Sumber data terdiri atas dua kelompok. Kelompok pertama adalah literatur. Penelusuran dilakukan secara daring pada portal jurnal ilmiah berbasis *Open Journal Systems*, repositori perguruan tinggi, dan mesin pencari akademik, dengan kata kunci dalam bahasa Indonesia dan Inggris, antara lain dakwah digital pesantren, manajemen media sosial pesantren, santri berdakwah, humas pesantren, mutu pesantren, literasi digital santri, dan *digital da'wah management*. Kriteria inklusi adalah: (a) terbit pada 2021 sampai 2026, kecuali satu buku klasik untuk rumusan fungsi manajemen; (b) membahas dakwah digital, manajemen media sosial lembaga pendidikan Islam, manajemen pesantren, atau mutu pesantren; dan (c) berupa artikel jurnal dengan identitas bibliografis yang lengkap dan konsisten. Skripsi, tesis, serta artikel pada laman jurnal yang metadatanya tidak konsisten dikeluarkan dari kajian. Proses ini menghasilkan 22 sumber, yaitu 21 artikel jurnal dan satu buku klasik.

Kelompok kedua adalah dokumen program SABDA Media yang diperoleh dari tim program di pesantren, yaitu: (1) naskah Word tentang visi dan misi; (2) foto banner program;

(3) foto checklist proyek periode September 2026; (4) foto papan tenggat (*deadline*); dan (5) foto daftar pemesanan kaos Hari Santri 2026. Nama individu pada dokumen tidak dicantumkan dalam artikel ini.

Analisis data memakai analisis isi tematik melalui empat tahap: (1) identifikasi dan penyaringan sumber berdasarkan judul dan abstrak; (2) penelaahan abstrak serta bagian isi yang relevan, disertai pencatatan temuan tiap sumber dan isi tiap dokumen; (3) pengelompokan temuan ke dalam tema yang berpijak pada empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan), ditambah tema faktor pendukung dan penghambat serta kontribusi terhadap kualitas pesantren; dan (4) sintesis tema menjadi model konseptual. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi, yaitu membandingkan isi antardokumen dan membandingkan dokumen dengan temuan literatur.

Metode ini memiliki keterbatasan yang perlu dinyatakan terang. Tidak ada wawancara maupun observasi langsung, dokumen berupa foto dan tulisan tangan yang sebagian sulit dibaca, dan dokumen lebih menggambarkan rencana serta perangkat kerja ketimbang hasil. Karena itu, temuan artikel ini berupa gambaran kesiapan manajemen dan model konseptual, bukan bukti efektivitas program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Manajemen Dakwah dan Dakwah Digital di Pesantren

Manajemen dakwah pada dasarnya adalah upaya mengelola kegiatan dakwah secara terencana agar tujuannya tercapai dengan efektif dan efisien. Di pesantren, upaya itu mencakup perumusan tujuan, pembagian peran, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Aswari et al. (2022) menggambarkannya pada pelatihan keterampilan dakwah santri di sebuah pesantren, yang berjalan melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi, termasuk latihan pidato mingguan dan evaluasi bulanan. Jakaria et al. (2026) menegaskan bahwa dakwah digital perlu dipahami sebagai sistem organisasi yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, bukan sekadar produksi konten. Asyrah dan Qudratullah (2025) menerapkan fungsi-fungsi itu pada komunitas dai yang berdakwah lewat media sosial, dengan perencanaan materi yang relevan dan pelaksanaan yang interaktif.

Dakwah digital menambah satu tuntutan lagi: pesan harus dikemas sesuai watak platform dan audiens. Ariadi et al. (2026) mencatat bahwa pesantren yang mereka teliti mengemas dakwah dalam video singkat, pesan motivasional, dan dokumentasi kegiatan keagamaan, berdampingan dengan dakwah tatap muka. Dakwah digital, dengan demikian, tidak menggantikan dakwah tradisional, melainkan memperluasnya. Putriany dan Tasruddin (2025) memetakan tiga bentuk konten dakwah digital: narasi visual yang estetis, microlearning dakwah yang ringkas, dan konten reflektif-kritis. Hikmah dan Qudratullah (2025) meneliti dakwah di TikTok yang bergaya santai dan memadukannya dengan pesan mindfulness. Huda Al Ihsan dan Obianto (2025) menunjukkan sebuah pesantren yang telah memadukan YouTube, Instagram, dan TikTok dalam dakwahnya, sekaligus berhadapan dengan hoaks, persoalan etika komunikasi dakwah digital, dan kesenjangan keterampilan teknologi.

Empat fungsi manajemen yang dipakai dalam artikel ini, yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling (POAC), berasal dari rumusan Terry (1977) dan telah dipakai pada kajian pesantren oleh Aswari et al. (2022) dan Nova et al. (2025).

2. Media Sosial: Sarana Dakwah sekaligus Penjaga Citra Pesantren

Literatur menempatkan media sosial pada dua peran yang saling bertaut: sarana dakwah dan sarana publikasi lembaga. Ariadi et al. (2026) melaporkan bahwa platform digital memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, dan memperkuat citra lembaga pendidikan Islam. Ilhamuddin et al. (2022) menekankan bahwa pengelola perlu dibekali kompetensi, dan pelatihan terbukti menambah pengetahuan serta kecakapan mengoperasikan media sosial.

Maulana dan Sholihin (2025) memberi peringatan yang patut dicatat. Di pesantren yang mereka teliti, konten terlalu condong ke dakwah sehingga informasi kegiatan lembaga minim. Program dakwah digital yang ingin berkontribusi pada kualitas pesantren secara menyeluruh karenanya perlu menjaga keseimbangan antara konten dakwah dan konten kelembagaan. Dokumen SABDA Media menunjukkan bahwa sejak perumusan visinya program ini memuat kedua fungsi itu sekaligus: dakwah melalui karya digital, serta dokumentasi dan publikasi perjalanan pesantren.

Ruang digital juga menuntut kewaspadaan. Husen (2025) mencatat bahwa Instagram membentuk persepsi pengguna melalui algoritma, konten viral, dan pengaruh tokoh, serta menekankan literasi digital untuk meminimalkan distorsi informasi. Kholiq dan Sutikno (2025) menegaskan bahwa literasi etika komunikasi digital menjadi fondasi ruang dakwah yang beradab di tengah disinformasi.

3. Gambaran Program SABDA Media

SABDA Media adalah program ekstra pesantren yang bergerak melalui media sosial di bidang dakwah dan berada di bawah naungan Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Asy'ariyah Curahlele, Balung, Jember. Secara internal, program ini mendokumentasikan seluruh kegiatan pondok. Secara eksternal, ia menyebarkan informasi dan nilai dakwah pesantren kepada masyarakat luas melalui karya digital. Semboyan pada banner program berbunyi “Menebar Hikmah, Menuai Berkah”. Uraian berikut bersumber dari dokumen visi dan misi serta foto dokumen yang diperoleh dari tim program.

Visi dan Misi

Visi program adalah menjadi media pesantren yang kreatif, profesional, inspiratif, dan berintegritas dalam menyampaikan informasi, mendokumentasikan perjalanan pesantren, dan menyebarkan nilai Islam melalui karya digital yang edukatif. Program ini memiliki tujuh misi: (1) membangun media yang informatif dan edukatif; (2) mengembangkan kreativitas dan keterampilan santri; (3) mendokumentasikan sejarah pesantren; (4) menyebarkan nilai Islam melalui media digital; (5) membangun identitas dan citra positif pesantren; (6) menanamkan etika dan tanggung jawab bermedia; dan (7) menciptakan regenerasi anggota melalui pelatihan, evaluasi, dan pendampingan.

Bidang Kerja

Program kerja dibagi ke dalam empat bidang: (a) dokumentasi (fotografi, videografi, arsip); (b) desain kreatif (desain grafis dan identitas visual); (c) jurnalistik dan publikasi (berita, artikel, pengelolaan akun media sosial, kalender konten, serta pemeriksaan fakta dan penyuntingan sebelum terbit); dan (d) pengembangan sumber daya manusia dan teknologi (pelatihan, evaluasi karya, dan kaderisasi).

Program Unggulan

Dokumen merinci enam program unggulan, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Program Unggulan SABDA Media

Program	Fokus	Frekuensi
SABDA Visual	Foto dan video kehidupan, tradisi, kegiatan, dan prestasi pesantren	Bulanan atau sesuai kegiatan
SABDA News	Pemberitaan resmi: informasi aktual, prestasi santri, agenda pondok	Mingguan
SABDA Cinema	Film pendek, dokumenter, dan video sinematik tentang kehidupan santri	Triwulanan
SABDA Creative Class	Pelatihan internal desain, fotografi, videografi, penyuntingan, dan penulisan kreatif	Bulanan
SABDA Archive	Arsip digital menurut tahun, kegiatan, dan kategori	Sepanjang tahun
SABDA Podcast	Bincang bersama pengasuh, asatiz, alumni, santri berprestasi, atau tokoh inspiratif	Bulanan

Rencana Tahunan, Prinsip Kerja, dan Indikator

Dokumen memuat rancangan awal kerja 12 bulan: rekrutmen dan orientasi anggota (bulan 1), pelatihan dasar media (bulan 2), peluncuran identitas dan standar publikasi (bulan 3), produksi konten dan berita rutin (bulan 4 dan 5), evaluasi semester (bulan 6), produksi film pendek atau dokumenter (bulan 7 sampai 9), pengembangan arsip digital (bulan 10), apresiasi karya (bulan 11), serta laporan tahunan dan regenerasi (bulan 12). Dokumen sendiri menyebut jadwal ini sebagai rancangan yang dapat disesuaikan dengan kalender pendidikan dan agenda pondok. Enam prinsip kerjanya adalah adab sebelum karya, fakta sebelum publikasi, kualitas dalam berkarya, dakwah melalui media, kebersamaan dalam organisasi, dan amanah dalam dokumentasi. Enam indikator keberhasilannya adalah terlaksananya dokumentasi kegiatan utama, terbitnya konten secara konsisten sesuai kalender publikasi, bertambahnya anggota yang mampu mengoperasikan perangkat media, tersedianya arsip yang tertata, terciptanya karya unggulan, dan terlaksananya evaluasi, laporan, serta kaderisasi secara berkala.

Praktik Kerja yang Terdokumentasi

Selain dokumen perencanaan, tim memiliki perangkat kerja yang tampak pada foto dokumen:

1. Banner program. Memuat unsur perencanaan, briefing, kerja sama, komunikasi, kolaborasi, diskusi, serta dukungan terhadap keterampilan anggota, disertai ikon platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan WhatsApp.
2. Checklist proyek periode September 2026. Mencatat lima anggota beserta proyek dan tanggal selesai masing-masing, dengan rentang tanggal dari awal September sampai 6 Oktober 2026. Proyeknya mencakup dokumentasi dan konten peringatan Maulid Nabi, pamflet, sertifikat, video pendek, dan trailer Hari Santri Nasional (HSN). Kolom keterangan pada foto yang diperoleh tampak belum terisi.
3. Papan tenggat (*deadline*). Berisi catatan tempel berpin warna tentang jadwal konten: konten mingguan, pamflet Hari Sumpah Pemuda, dan rangkaian publikasi HSN (konten coming soon, banner utama, pamflet ucapan, serta jadwal share pagi dan malam).
4. Daftar pemesanan kaos Hari Santri 2026. Mencatat 13 pemesan pada 2 sampai 10 Oktober 2026 dengan sistem uang muka dan pelunasan. Pamflet kaos HSN tercatat sebagai proyek pada checklist, sehingga daftar ini terkait dengan publikasi program.

4. Penerapan Fungsi Manajemen pada SABDA Media

a. Perencanaan (*planning*)

SABDA Media telah memiliki perangkat perencanaan yang cukup lengkap: visi dan misi tertulis, program kerja tahunan 12 bulan, dan bidang jurnalistik dan publikasi yang secara eksplisit memuat penyusunan kalender konten dan jadwal publikasi. Di tingkat harian, papan tenggat dan checklist proyek memperlihatkan perencanaan konten jangka pendek, termasuk jadwal share pagi dan malam untuk rangkaian Hari Santri Nasional. Keberadaan perangkat ini menjawab, setidaknya di tingkat perencanaan, dua kelemahan yang dicatat Maulana dan Sholihin (2025) pada pesantren lain: tidak adanya jadwal unggah dan minimnya konten kegiatan lembaga. Isi program pun seimbang antara dakwah dan kelembagaan, sebab memuat berita agenda pondok, dokumentasi, dan arsip di samping konten nilai Islam, selaras dengan format yang dilaporkan Ariadi et al. (2026).

Ada pula catatan kritis. Dokumen yang diperoleh belum menyertakan kalender konten itu sendiri, dan tujuan program belum dirumuskan dalam target terukur seperti jumlah unggahan atau jangkauan. Pola ini mirip temuan Nova et al. (2025) di pesantren lain: perencanaan berbasis visi dan misi sudah ada, tetapi indikator capaian belum terdokumentasi lengkap. Jakaria et al. (2026) menambahkan bahwa tanpa prosedur baku, rencana konten untuk acara keagamaan sering baru dibahas menjelang acara. Kurniawan et al. (2025), dalam sintesis literatur tentang strategi dakwah digital seorang pendakwah, menempatkan segmentasi konten berdasarkan kebutuhan audiens, konsistensi jadwal publikasi, dan interaksi dua arah sebagai strategi utama. Kalender konten tertulis dengan target yang jelas karenanya layak menjadi prioritas.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian tampak pada pembagian empat bidang kerja dan pembagian proyek per anggota pada checklist (lima anggota pada periode September 2026). Prinsip kerja seperti fakta sebelum publikasi dan amanah dalam dokumentasi, bersama langkah pemeriksaan fakta dan penyuntingan pada bidang jurnalistik, berfungsi sebagai mekanisme kurasi isi. Banner program menonjolkan kerja sama, kolaborasi, komunikasi, dan briefing, yang sejalan dengan temuan Ariadi et al. (2026) bahwa kolaborasi internal menopang dakwah digital meski sumber daya terbatas.

Pembagian proyek per anggota memperjelas tanggung jawab, tetapi perlu diimbangi koordinasi agar tidak berubah menjadi kerja sendiri-sendiri, masalah yang dicatat Maulana dan Sholihin (2025). Dokumen yang diperoleh belum menjelaskan struktur kepengurusan, peran pembina dari pengasuh atau asatiz, dan alur persetujuan konten sebelum terbit. Padahal Jakaria et al. (2026) menunjukkan bahwa ketiadaan prosedur baku, peran yang kabur, dan tim media yang kecil membuat produksi konten dakwah digital bersifat reaktif, dan mereka merekomendasikan unit dakwah digital khusus dengan prosedur serta pembagian peran yang jelas. Handriyanto dan Wiyani (2023) juga menekankan pembentukan tim khusus pengelola akun Instagram pesantren dengan uraian tugas yang jelas, sedangkan Aswari et al. (2022) memperlihatkan struktur berjenjang yang melibatkan guru pembina dakwah dan pengurus santri.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan terlihat dari checklist proyek yang mencatat tanggal selesai berbagai karya pada September sampai awal Oktober 2026 (dokumentasi dan konten Maulid Nabi, pamflet, sertifikat, video pendek, dan trailer HSN) serta dari papan tenggat untuk konten mingguan dan rangkaian HSN. Frekuensi program unggulan sudah ditetapkan: berita mingguan, serta foto dan video, pelatihan, dan podcast bulanan. SABDA Creative Class menyediakan pelatihan internal, sejalan dengan temuan Ilhamuddin et al. (2022) bahwa pelatihan meningkatkan kompetensi pengelola media sosial. Dokumen yang diperoleh belum memuat bukti pelaksanaan SABDA Cinema, SABDA Podcast, dan program unggulan lain, sehingga belum diketahui apakah semuanya berjalan sesuai frekuensi yang ditetapkan.

Prinsip kerja tentang adab dan ketepatan informasi sejalan dengan pelatihan literasi digital dan etika bermedia bagi santri, yang menurut Ahwarumi (2025) meningkatkan skor literasi digital, kesadaran etika bermedia, dan kemampuan membuat konten dakwah yang kreatif dan moderat. Huda Al Ihsan dan Obianto (2025) merekomendasikan peningkatan literasi digital dan pelatihan teknis karena hoaks, etika, dan kesenjangan keterampilan menjadi tantangan dakwah digital pesantren.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan dirancang melalui enam indikator keberhasilan, evaluasi semester pada bulan keenam, laporan tahunan, dan evaluasi karya anggota secara berkala. Checklist proyek dengan kolom tanggal selesai berfungsi sebagai alat pemantau tugas. Kelemahannya ada pada dua hal. Pertama, indikator yang ada berupa keluaran kegiatan (dokumentasi terlaksana, konten terbit, arsip tertata) dan belum memuat ukuran jangkauan,

interaksi, atau dampak bagi pesantren. Kedua, kolom keterangan pada foto checklist yang diperoleh belum terisi, sehingga catatan evaluasi per proyek belum tampak.

Literatur menawarkan contoh indikator yang dapat dipinjam. Ariadi et al. (2026) melaporkan hasil dakwah digital berupa jangkauan dan interaksi. Annabila et al. (2024) memakai jumlah pengikut, interaksi (suka, komentar, dan bagikan), dan kunjungan ke situs pendaftaran sebagai ukuran keberhasilan kampanye media sosial pesantren. Solihat et al. (2025) melaporkan bahwa pesantren yang mereka teliti mengevaluasi kehumasannya melalui survei sumber informasi pendaftar dan laporan kegiatan harian sampai tahunan. Ardyansyah dan Darmaningrum (2026) juga memakai interaksi audiens sebagai indikator evaluasi dalam manajemen konten dakwah digital. Dari sisi proses, Nova et al. (2025) menemukan bahwa pengendalian di pesantren yang mereka teliti berjalan berjenjang tetapi instrumen penilaiannya masih perlu distandardisasi; Aswari et al. (2022) mencatat evaluasi bulanan bersama pembina dan santri; dan Handriyanto dan Wiyani (2023) mencatat rapat evaluasi tim media serta fitur pertanyaan pada Story untuk menjaring masukan wali santri.

5. Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan dokumen dan literatur, faktor pendukung SABDA Media meliputi naungan resmi pesantren, kelengkapan perencanaan tertulis, perangkat kerja yang dipakai (checklist dan papan tenggat), pelatihan internal, dan prinsip kerja yang menekankan adab serta ketepatan informasi. Literatur menambahkan kompetensi sumber daya manusia yang terus meningkat (Maulana & Sholihin, 2025) dan kolaborasi internal (Ariadi et al., 2026).

Faktor penghambat yang perlu diantisipasi, merujuk pada literatur, adalah keterbatasan sumber daya manusia dan fasilitas (Ariadi et al., 2026) serta kurangnya waktu, minimnya konten kegiatan lembaga, dan anggaran yang terbatas (Maulana & Sholihin, 2025). Jakaria et al. (2026) menambahkan hambatan yang relevan bagi program berbasis santri: peralatan rekam dan penyuntingan yang terbatas, internet yang tidak stabil, literasi digital yang rendah, serta jadwal mengajar dan kegiatan yang padat sehingga perekaman harus dijadwalkan ketat. Pada SABDA Media, checklist September mencatat lima anggota dengan beberapa proyek per orang dalam bulan yang bertepatan dengan Maulid Nabi dan persiapan HSN, sementara santri juga memiliki jadwal belajar yang padat. Manajemen waktu dan regenerasi karenanya perlu mendapat perhatian. Dokumen yang diperoleh belum memuat informasi anggaran dan peralatan.

6. Kontribusi terhadap Kualitas Pondok Pesantren

Kualitas pesantren dapat dilihat dari beberapa dimensi. Dengan mengaitkan dokumen program dan temuan literatur, kontribusi yang dapat diharapkan dari SABDA Media adalah sebagai berikut.

a. Citra dan kepercayaan masyarakat. Misi kelima SABDA Media adalah membangun identitas dan citra positif pesantren melalui publikasi berkualitas. Literatur menunjukkan bahwa dakwah digital yang dikelola baik memperkuat citra lembaga pendidikan Islam (Ariadi et al., 2026). Fahim dan Abdurrahman (2025) melaporkan bahwa pemanfaatan media sosial untuk membagikan keseharian santri, ceramah, dan prestasi menjadi bagian dari strategi humas untuk membangun kepercayaan dan citra pesantren. Annabila et al.

(2024) melaporkan bahwa optimalisasi humas yang memanfaatkan media digital di sebuah pesantren diikuti kenaikan jumlah santri dari 180 menjadi 222 dalam dua tahun.

b. Jangkauan dakwah dan keterbukaan informasi. Publikasi agenda, prestasi, dan kegiatan pondok, seperti peringatan Maulid Nabi dan HSN, membantu masyarakat memahami pesantren (Ilhamuddin et al., 2022), dan media sosial memperluas jangkauan dakwah (Ariadi et al., 2026).
c. Kompetensi santri. Misi kedua dan program SABDA Creative Class menjadikan program ini wadah belajar fotografi, videografi, desain, jurnalistik, dan pengelolaan media sosial. Pelatihan pengelolaan media sosial terbukti meningkatkan kompetensi pengelola (Ilhamuddin et al., 2022). Aswari et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan dakwah terjadwal melatih santri tampil di tengah masyarakat, sedangkan Jakaria et al. (2026) mencatat bahwa keterampilan penyuntingan santri masih banyak dipelajari secara mandiri tanpa pelatihan formal, sehingga pelatihan internal bernilai strategis. Ahwarumi (2025) melaporkan peningkatan literasi digital dan kesadaran etika bermedia santri setelah pelatihan.
d. Mutu manajemen dan pelestarian arsip. SABDA Archive dan dokumentasi kegiatan menjaga arsip sejarah pesantren, dan penerapan fungsi manajemen pada satu program dapat menjadi contoh tata kelola bagi bidang lain. Ningsih et al. (2026) menunjukkan bahwa peningkatan mutu pesantren dapat ditempuh lewat inovasi yang tetap berakar pada tradisi, termasuk penguatan sumber daya manusia, dan Nova et al. (2025) menunjukkan bahwa model manajemen berbasis POAC bersifat integratif dan partisipatif dalam pembinaan santri.

Perlu ditegaskan bahwa kontribusi di atas merupakan potensi yang ditarik dari literatur dan dokumen. Pembuktian dampak SABDA Media terhadap kualitas pesantren memerlukan data lapangan.

7. Model Konseptual Manajemen SABDA Media

Sintesis pembahasan di atas menghasilkan model konseptual berikut.

a. Masukan (*input*): santri sebagai pelaku dakwah, empat bidang kerja, pendampingan dan aturan publikasi dari pesantren, platform media sosial, dan dukungan lembaga
b. Proses (fungsi manajemen): perencanaan (tujuan, audiens, kalender konten), pengorganisasian (struktur tim, prosedur kerja, kurasi isi), pelaksanaan (produksi, publikasi, interaksi, pelatihan), dan pengawasan (evaluasi isi dan capaian).
c. Keluaran (*output*): konten dakwah dan konten kelembagaan yang konsisten, serta tim santri yang kompeten
d. Hasil (*outcome*): peningkatan citra dan kepercayaan masyarakat, perluasan jangkauan dakwah, penguatan kompetensi santri, dan perbaikan tata kelola pesantren
e. Umpan balik: hasil evaluasi menjadi dasar perencanaan periode berikutnya, sehingga program berjalan sebagai siklus perbaikan berkelanjutan.

SIMPULAN

Pertama, Literatur menunjukkan bahwa dakwah digital di pesantren berjalan efektif bila dikelola secara terencana dan kolaboratif, bukan sekadar hadir di media sosial. Kedua,

dokumen program menunjukkan bahwa SABDA Media di Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Asy'ariyah Curahlele telah memiliki fondasi untuk keempat fungsi manajemen: visi dan misi, empat bidang kerja, enam program unggulan, dan rencana tahunan (perencanaan dan pengorganisasian); pelatihan internal, checklist proyek, dan papan tenggat (pelaksanaan); serta indikator keberhasilan, evaluasi semester, dan laporan tahunan (pengawasan). Ketiga, kelemahan yang tampak ada pada pengawasan: indikator masih berupa keluaran kegiatan dan belum memuat jangkauan maupun interaksi, dan kolom keterangan evaluasi pada checklist belum terisi. Keempat, program ini berpotensi berkontribusi pada kualitas pesantren melalui penguatan citra, keterbukaan informasi, dan peningkatan kompetensi santri, dengan catatan hambatan sumber daya manusia, waktu, dan anggaran perlu diantisipasi. Bagi pengelola SABDA Media, disarankan menambahkan indikator jangkauan dan interaksi, menyusun kalender konten tertulis, memanfaatkan kolom keterangan checklist untuk catatan evaluasi, serta menjelaskan struktur kepengurusan dan alur persetujuan konten. Bagi peneliti berikutnya, disarankan melakukan penelitian lapangan (studi kasus) pada SABDA Media dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menguji model konseptual dalam artikel ini dan mengukur dampaknya terhadap kualitas pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

Ahwarumi, B. (2025). Melek Digital Untuk Santri: Pelatihan Literasi Digital Dan Etika Bermedia Sosial Di Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan. *Hidmah: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 3*(3). Https://Doi.Org/10.55102/Hidmah.V3i3.7002

Annabila, C. I., Yusrianti, S., & Barus, J. (2024). Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat Terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen. *ITQAN: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan, 15*(2), 152-171. Https://Doi.Org/10.47766/Itqan.V15i2.3142

Ardyansyah, A. J., & Darmaningrum, R. T. (2026). Strategi Manajemen Konten Dakwah Digital Pada Media Sosial Instagram: Analisis Literatur Dan Konten Pada Akun @Qomikin. *Manjadda: Journal Of Management And Da'wa, 1*(1), 64-78. Https://Doi.Org/10.28918/Manjadda.V1i1.14908

Ariadi, Muhammad, F., & Hamriani. (2026). The Transformation Of Da'wah Through Social Media At The Khadimul Ummah Foundation In Kajang, Bulukumba Regency. *Jurnal Diskursus Islam, 14*(1), 62-73. Https://Doi.Org/10.24252/Jdi.V14i1.66861

Aswari, N. N., Nuraida, Nazarmanto, & Nasution, N. H. (2022). Manajemen Pondok Pesantren Aulia Cendekia Palembang Untuk Meningkatkan Keterampilan Santri Dalam Berdakwah. *Yönetim: Jurnal Manajemen Dakwah, 5*(2), 96-118. Https://Jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Yonetim/Article/Download/15206/5255/45197

Asyrah, N. A., & Qudratullah. (2025). Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah Oleh Komunitas Dai Milenial Dalam Berdakwah Melalui Media Sosial Dikalangan Generasi Muda. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(1), 58-74. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i1.3573

Fahim, M., & Abdurrahman. (2025). Strategi Humas Untuk Membangun Citra Pondok Pesantren. *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan, 4*(2), 265-271. Https://Doi.Org/10.56916/Ejip.V4i2.1110

Handriyanto, I. H., & Wiyani, N. A. (2023). Manajemen Sosialisasi Kegiatan Pesantren Via Instagram Di Pesantren Modern ZIIS Cilongok. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 11*(2), 176-190. Https://Doi.Org/10.30603/Tjmpi.V11i2.3624

Hikmah, N., & Qudratullah. (2025). Dakwah Digital Di Tiktok: Analisis Self-Regulation Dan Pesan Mindfulness Dalam Mewujudkan Ketenangan Diri. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 335-352. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4395

Huda Al Ihsan, R., & Obianto, A. (2025). Transformasi Dakwah Pesantren Melalui Media Digital: Studi Kasus Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(1), 146-159. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i1.3608

Husen, M. (2025). Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Pengguna Instagram. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 267-281. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4222

Iim, A., Abidin, A. F. Z., Sarbini, A., & Iwan, A. (2025). Pesantren Dalam Bayang-Bayang Hegemoni Media: Analisis Kritis Atas Framing Tayangan Xpose Uncensored Di Trans7 Terhadap Pondok Pesantren Lirboyo. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 477-490. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4418

Ilhamuddin, M. F., Rifqi, A. R., Setianingrum, V. M., & Najlah, N. N. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri. *Transformasi Dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(2), 89-93. Https://Doi.Org/10.26740/Jpm.V1n2.P89-93

Jakaria, Haryanto, E., & Masbirorotoni. (2026). Exploring The Management Of Digital Dakwah In An Islamic Boarding School: A Case Study Of Al Jauharen Jambi. *Journal Of Educational Sciences, 10*(6), 1176-1191. Https://Doi.Org/10.31258/Jes.10.6.P.1176-1191

Kholiq, A., & Sutikno. (2025). Narasi Kebencian Dan Krisis Etika Komunikasi Di Media Sosial: Analisis Wacana Dakwah Di Tengah Disinformasi Digital. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 523-533. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4581

Kurniawan, R., Syahrizal, & Jaya, C. K. (2025). Strategi Dakwah Digital Ustadz Abdul Somad: Sintesis Literatur Tentang Strategi Konten, Multiplatform, Dan Keterlibatan Audiens. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 353-372. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4287

Maulana, S., & Sholihin, C. (2025). Proses Rencana Manajemen Media Sosial Dalam Publikasi Humas. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora, 5*(2), 2321-2333. Https://Doi.Org/10.37680/Almikraj.V5i2.811

Ningsih, S. R., Patimah, S., & Murtafiah, N. H. (2026). Management Of Improving The Quality Of Islamic Boarding School Education In The Era Of Society 5.0 In Facing

Global Competition. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme, 8*(1). Https://Doi.Org/10.37680/Scaffolding.V8i1.8473

Nova, N., Permana, J., Komariah, A., & Sururi, S. (2025). Model Manajemen Pengembangan Diri Santri Berbasis POAC Untuk Keunggulan Karakter. *JAMP: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan, 8*(4), 847-861. Https://Journal2.Um.Ac.Id/Index.Php/Jamp/Article/View/65733

Putriany, & Tasruddin, R. (2025). Konten Dakwah Digital Di Media Baru Dalam Menghadapi Budaya Hedonisme: Perspektif Dakwah Kontemporer. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9*(2), 231-247. Https://Doi.Org/10.58518/Alamtara.V9i2.4033

Solihat, E. A., Astuti, D. R., & Dulwahab, E. (2025). Strategi Pondok Pesantren Raudlatul Hasan Subang Dalam Membangun Brand Awareness. *REPUTATION: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, 10*(1), 1-20. Https://Journal.Uinsgd.Ac.Id/Index.Php/Reputation/Article/Download/47982/16795/168123

Terry, G. R. (1977). *Principles Of Management*. Richard D. Irwin.