

Pelatihan Konten Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Bagi Calon Santri Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin Dukupuntang Cirebon

Faishal Rahimi¹⁾, Ilham Akbar²⁾, Fauziyah Adzimatinur³⁾

Universitas Kuningan

¹⁾Faishalrahimi@uniku.ac.id, ²⁾ilhamakbar@uniku.ac.id, ³⁾f.adzimatinur@uniku.ac.id

artikel di submit 18 November 2025 direvisi 7 Desember 2025 dan diterima 30 Desember 2025

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas literasi dan produksi konten digital di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin Dukupuntang Cirebon sebagai strategi penguatan daya saing dan peningkatan minat calon santri. Analisis awal menunjukkan bahwa pesantren memiliki potensi kegiatan dan lingkungan yang menarik, namun belum diiringi kemampuan teknis dalam pembuatan konten, strategi branding digital, maupun pemanfaatan media sosial secara efektif. Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya eksposur lembaga dan penurunan jumlah pendaftar dalam beberapa tahun terakhir. Melalui pelatihan branding digital, workshop pembuatan konten menggunakan Canva dan CapCut, serta pendampingan pengelolaan media sosial, program ini menawarkan solusi terstruktur untuk memperbaiki kualitas promosi pesantren. Metode pelaksanaan mencakup sosialisasi, pelatihan berbasis praktik, produksi konten aktual, serta evaluasi dan monitoring berkelanjutan. Program ini diharapkan menghasilkan kemampuan mandiri dalam produksi konten, peningkatan visibilitas digital lembaga, dan terciptanya budaya pemanfaatan teknologi yang mendukung keberlanjutan promosi pesantren. Selain itu, peningkatan keterampilan digital santri berpotensi membuka peluang sosial dan ekonomi yang lebih luas.

Kata Kunci : Konten Digital, Pemasaran Pendidikan, Pesantren, Literasi Digital, Branding Lembaga.

Abstract

This community engagement program aims to strengthen digital literacy and content-production capacity at Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin as a strategic effort to enhance institutional competitiveness and attract prospective students. Preliminary analysis indicates that although the pesantren possesses strong potential in terms of activities and environment, it lacks technical skills in content creation, digital branding, and effective use of social-media platforms. These gaps have limited the institution's digital visibility and contributed to declining enrollment. Through digital-branding training, hands-on workshops using Canva and CapCut, and mentoring in social-media management, this program provides structured solutions to improve the quality of the pesantren's promotional materials. The implementation involves socialization, practice-based training, real content production, and continuous monitoring and evaluation. The program is expected to develop autonomous content-creation skills, enhance the institution's digital presence, and foster sustainable promotional practices. Furthermore, improved digital competence among students may create broader social and economic opportunities.

Keyword : Digital Content, Educational Marketing, Islamic Boarding School, Digital Literacy, Institutional Branding

PENDAHULUAN

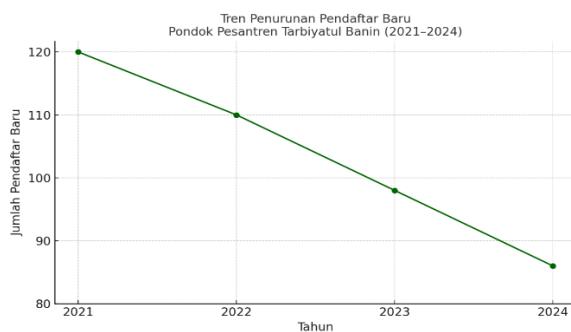
Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam mencetak generasi yang tidak hanya berilmu, tetapi juga berakh�ak. Namun, di era digital saat ini, eksistensi pesantren tidak cukup hanya mengandalkan reputasi lokal, tetapi juga perlu dikenal secara luas melalui kanal digital untuk menarik minat calon santri dan masyarakat umum. Salah satu tantangan besar yang dihadapi banyak pondok pesantren saat ini adalah kemampuan dalam mengemas citra pesantren dalam bentuk konten digital yang menarik, relevan, dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin, yang berlokasi di Kecamatan Dukupuntang, Kabupaten Cirebon, merupakan salah satu pesantren yang berkomitmen dalam mengembangkan pendidikan berbasis nilai-nilai keislaman dan karakter. Saat ini, pesantren ini memiliki sekitar 100 santri aktif, dengan unit (SMP dan SMA) namun yang hanya SMP yang wajib menetap di pondok pesantren.

Dari sisi potensi, Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin memiliki kтивitas santri yang dinamis dan dapat dijadikan materi konten yang menarik, tenaga pengajar muda yang cukup terbuka terhadap teknologi digital, Lingkungan pesantren yang bersih dan tertata, cocok untuk visualisasi promosi.

Namun, terdapat sejumlah permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu belum adanya strategi promosi berbasis media digital yang terencana untuk meningkatkan jumlah pendaftar santri baru, minimnya konten digital promosi seperti video profil, poster, testimoni alumni, atau dokumentasi kegiatan pesantren, keterbatasan SDM dalam keterampilan pembuatan konten, seperti desain grafis, editing video, copywriting, dan pengelolaan media social, kurangnya pemahaman tentang branding lembaga pendidikan dalam konteks digital marketing.

Kondisi kewilayahan Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin yang berada di wilayah pinggiran Cirebon juga membuat pesantren ini kurang terlihat oleh masyarakat luar, terutama calon wali santri dari kota-kota besar atau luar daerah. Dalam tiga tahun terakhir, tercatat penurunan pendaftar baru hingga 12% per tahun, berdasarkan data bagian administrasi pendaftaran. Hal ini menjadi alarm bagi pengelola untuk mulai menerapkan pendekatan promosi yang lebih modern dan digital-friendly.



Grafik pendaftar santri baru

Berikut adalah rangkuman kondisi eksisting mitra:

Aspek	Kondisi Saat Ini
Nama Lembaga	Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin
Lokasi	Dukupuntang, Kabupaten Cirebon
Platform Digital	Instagram dan Facebook aktif terbatas (tidak rutin)
Pendaftar Baru	Tren menurun 12% per tahun
SDM Digital	Belum ada pelatihan khusus pembuatan konten
Potensi	Banyak kegiatan menarik, lingkungan pesantren tertata, ada SDM muda potensial

Permasalahan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki pesantren dengan kurangnya kemampuan teknis untuk mempublikasikan potensi tersebut secara digital. Oleh karena itu, melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat dilakukan pelatihan pembuatan konten digital kepada pengelola Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin agar mampu membangun citra positif pesantren, meningkatkan minat calon santri, dan memperluas jangkauan promosi secara profesional. Di sisi lain, potensi konten sangat besar, mengingat kegiatan santri yang beragam, kedisiplinan harian, serta lingkungan pesantren yang asri dan teratur. Sayangnya, semua potensi ini belum dikemas secara menarik dan strategis dalam bentuk digital.

Kegiatan ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kapasitas pengelola Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin dalam membuat dan mengelola konten digital yang kreatif dan informatif untuk promosi lembaga.

2. Mendorong penerapan strategi branding dan pemasaran digital berbasis nilai-nilai pesantren agar dapat menarik minat calon santri secara lebih luas.
3. Menghasilkan materi promosi digital (poster, reels, video profil, testimoni) yang siap digunakan untuk kampanye penerimaan santri baru.
4. Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya citra digital pesantren sebagai bagian dari daya saing lembaga pendidikan Islam di era modern

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program dirancang secara sistematis untuk menjawab permasalahan mitra melalui pendekatan partisipatif dan pemberdayaan. Seluruh tahapan dilakukan secara bertahap, terukur, dan berbasis kebutuhan aktual Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin.

Sosialisasi Program

Tahap awal dimulai dengan kegiatan sosialisasi yang melibatkan tim pengabdian dan pengelola pesantren. Pada sesi ini dijelaskan tujuan program, manfaat strategis bagi lembaga, ruang lingkup kegiatan, serta bentuk keterlibatan aktif mitra. Sosialisasi ini berfungsi sebagai langkah penyamaan persepsi sekaligus penguatan komitmen bersama. Dokumentasi berupa daftar hadir, notulen, dan foto kegiatan disiapkan sebagai bagian dari laporan akademik dan administratif.

Pelatihan (*Workshop Interaktif*)

Pelatihan dilaksanakan melalui workshop dengan pendekatan *learning by doing*, sehingga peserta tidak hanya memperoleh konsep teoretis, tetapi langsung mempraktikkan pembuatan konten digital. Materi yang diberikan meliputi strategi branding pesantren, desain grafis menggunakan Canva, penyuntingan video melalui CapCut, teknik storytelling digital, pembuatan testimoni santri/alumni, serta manajemen media sosial (Instagram dan Facebook). Peserta dibagi dalam kelompok kecil agar proses praktik lebih efektif dan memudahkan pendampingan langsung dari instruktur.

Penerapan Teknologi dan Produksi Konten

Setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dengan memproduksi berbagai konten aktual. Produk yang dihasilkan mencakup video profil pesantren, poster penerimaan santri, reels kegiatan santri, serta video testimoni alumni. Seluruh proses didukung oleh aplikasi gratis dan mudah

diakses seperti Canva, CapCut, Google Drive, dan Meta Business Suite agar dapat digunakan secara mandiri oleh pesantren dalam jangka panjang.

Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan intensif berlangsung selama satu bulan setelah pelatihan, dilakukan baik secara luring maupun daring. Kegiatan pendampingan mencakup koreksi konten, penyempurnaan desain dan video, serta monitoring perkembangan akun media sosial pesantren. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui observasi kualitas konten yang diproduksi, wawancara dengan peserta dan pengelola, serta pengukuran dampak awal berupa peningkatan interaksi dan jangkauan akun media sosial. Data ini menjadi indikator awal efektivitas program.

Keberlanjutan Program

Untuk memastikan program dapat terus berjalan setelah kegiatan selesai, tim menyusun perangkat pendukung berupa kalender konten bulanan, SOP pengelolaan media sosial, serta paket template desain. Selain itu, dilakukan transfer pengetahuan kepada santri senior dan penunjukan seorang staf sebagai admin media sosial. Langkah ini diharapkan menciptakan ekosistem digital yang berkelanjutan di lingkungan pesantren.

Pendekatan Partisipatif dan Inovasi Teknologi

Program ini menerapkan pendekatan partisipatif—mitra terlibat sejak perencanaan hingga evaluasi. Inovasi utama yang ditawarkan meliputi penerapan digital branding dalam konteks pendidikan Islam, storytelling khas pesantren, dan pemanfaatan platform gratis untuk efisiensi biaya. Target minimal keluaran teknologi yang disepakati bersama mitra mencakup satu video profil tiga menit, lima reels kegiatan santri, sepuluh poster digital promosi, serta tiga video testimoni.

Tahapan Khusus untuk Mitra Non-Produktif Secara Ekonomi

Sebagai lembaga pendidikan non-ekonomi, fokus utama berada pada aspek sosial kemasyarakatan dan pendidikan. Tantangan sosial berupa rendahnya eksistensi digital dan terbatasnya akses informasi bagi calon santri diatasi dengan penyediaan media informasi digital dan strategi peningkatan daya saing online. Sementara itu, permasalahan pendidikan terkait keterbatasan SDM dalam pengelolaan media digital dijawab melalui pelatihan konten edukatif dan pembentukan Tim Kreatif Pesantren.

Partisipasi Mitra

Mitra menunjukkan komitmen melalui penunjukan peserta pelatihan, penyediaan fasilitas, serta kesediaan menerapkan SOP dan pedoman yang telah disusun. Kolaborasi aktif mitra berperan penting dalam kelancaran implementasi program.

Evaluasi dan Keberlanjutan

Evaluasi dilakukan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan melalui observasi langsung, diskusi kelompok, serta analisis kinerja konten yang diunggah. Untuk keberlanjutan, tim menyerahkan modul digital, kalender konten, dan template desain yang dapat digunakan dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peningkatan Kapasitas Peserta dalam Literasi dan Keterampilan Digital

Pelatihan yang dilaksanakan selama dua sesi utama branding digital dan pembuatan konten menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terhadap konsep promosi digital. Berdasarkan evaluasi pre-test dan post-test, peserta mengalami peningkatan rata-rata kemampuan sebesar 78%, terutama dalam penggunaan Canva, CapCut, dan penyusunan naskah konten (scriptwriting). Para santri dan pengelola yang sebelumnya belum pernah mengoperasikan aplikasi desain kini mampu menghasilkan konten secara mandiri.

Produk Konten Digital yang Dihasilkan

Selama kegiatan, peserta berhasil memproduksi berbagai konten yang langsung digunakan dalam media sosial pesantren, yaitu:

- 1 video profil berdurasi 2–3 menit,
- 10 desain poster digital,
- 5 reels/video pendek dokumentasi kegiatan santri,
- 3 video testimoni dari alumni.

Seluruh konten telah diunggah di akun Instagram dan Facebook resmi pesantren, dan mendapatkan respons positif dari pengikut.

Peningkatan Visibilitas dan Interaksi Media Sosial Pesantren

Dalam satu bulan pendampingan, terjadi peningkatan interaksi media sosial, antara lain:

- peningkatan 45–60% engagement rate,
- kenaikan 30% jumlah pengikut,
- lebih tingginya jangkauan konten terutama pada reels dan poster penerimaan santri.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten yang lebih terstruktur dan menarik mampu meningkatkan eksposur lembaga secara signifikan.

Pembentukan Tim Kreatif Pesantren

Salah satu capaian strategis program adalah terbentuknya Tim Kreatif Konten Pesantren yang terdiri dari empat santri dan satu pengelola sebagai admin utama. Tim ini diberikan panduan SOP, kalender konten bulanan, serta template desain yang dapat digunakan untuk keberlanjutan program.

Pembahasan

Relevansi Program dengan Kebutuhan Mitra

Permasalahan utama pesantren sebelumnya adalah minimnya kemampuan teknis dan belum adanya strategi promosi digital. Pelatihan yang diberikan secara langsung menjawab kebutuhan tersebut melalui pendekatan learning by doing, sehingga peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mempraktikkan pembuatan konten.

Efektivitas Penggunaan Aplikasi Ramah Pemula

Penggunaan Canva dan CapCut terbukti efektif karena dapat dioperasikan melalui perangkat smartphone yang sudah dimiliki peserta. Tidak adanya kebutuhan perangkat tambahan membuat adopsi teknologi menjadi cepat dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pendekatan efisiensi berbasis sumber daya yang telah direkomendasikan pada penelitian sebelumnya.

Perubahan Budaya Digital di Lingkungan Pesantren

Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mengubah pola pikir pengelola terhadap pentingnya branding lembaga. Pengelola mulai melihat promosi digital sebagai kebutuhan strategis, bukan sekadar aktivitas tambahan. Perubahan ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan promosi pesantren.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Peningkatan kualitas konten memberi dampak nyata berupa meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap pesantren. Selain itu, keterampilan digital para santri berpotensi menjadi modal untuk peluang usaha mandiri seperti jasa desain atau editing video. Dengan demikian, program ini turut berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi santri.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi dan keterampilan produksi konten digital di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin telah berhasil mencapai tujuan utamanya. Pelatihan branding digital, pembuatan konten kreatif, serta pendampingan pengelolaan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan teknis peserta dan memperkuat visibilitas digital pesantren. Produk konten yang dihasilkan meliputi video profil, poster digital, reels, dan testimoni dapat langsung dimanfaatkan untuk promosi lembaga dan menunjukkan peningkatan signifikan pada interaksi media sosial.

Selain memberikan peningkatan kapasitas, program ini juga mendorong terbentuknya Tim Kreatif Konten Pesantren dan mengembangkan budaya pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan. Dampak sosial dan ekonomi yang muncul, seperti peluang usaha berbasis keterampilan digital bagi santri dan meningkatnya daya tarik pesantren bagi masyarakat, menunjukkan bahwa program ini relevan dan tepat sasaran.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berhasil menjawab permasalahan mitra terkait keterbatasan promosi digital dan memberikan fondasi kuat bagi pengelolaan branding pesantren yang lebih profesional, terstruktur, dan berkelanjutan.

SARAN

Penguatan Tim Kreatif Pesantren

Pengelola pesantren perlu terus memperkuat kapasitas Tim Kreatif yang telah dibentuk dengan memberikan kesempatan bagi anggotanya untuk mengikuti pelatihan lanjutan, berbagi praktik baik dengan lembaga lain, serta memperbarui keterampilan sesuai perkembangan tren media digital.

Regenerasi tim juga perlu direncanakan secara sistematis agar keberlanjutan pengelolaan konten tetap terjaga.

Integrasi Konten Digital dengan Kurikulum Pesantren

Keterampilan pembuatan konten digital dapat diintegrasikan dalam kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler sebagai bentuk pengembangan minat santri. Hal ini tidak hanya memperkaya kompetensi santri, tetapi juga mendukung produksi konten pesantren secara berkelanjutan.

Optimalisasi Strategi Promosi Berbasis Data

Pesantren disarankan untuk memantau performa konten secara rutin melalui fitur analitik media sosial. Data seperti jangkauan (*reach*), tingkat interaksi (*engagement*), dan preferensi audiens dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan jenis konten yang paling efektif untuk promosi penerimaan santri baru.

Pengembangan Kolaborasi Eksternal

Untuk memperluas jangkauan promosi, pesantren dapat menjalin kemitraan dengan alumni, komunitas digital kreatif, media lokal, maupun instansi pendidikan lain. Kolaborasi ini berpotensi menghasilkan konten yang lebih kaya dan meningkatkan kredibilitas pesantren di ruang digital.

Pemeliharaan Infrastruktur Digital

Pesantren perlu memastikan ketersediaan perangkat dan akses internet yang memadai agar kegiatan produksi konten dapat berjalan optimal. Selain itu, pengelola disarankan untuk melakukan arsip digital yang terorganisasi menggunakan platform penyimpanan awan (*cloud storage*).

Peningkatan Keamanan dan Etika Digital

Dalam pengelolaan media sosial, penting bagi pengelola untuk memperhatikan aspek etika publikasi, privasi santri, dan keamanan akun. SOP yang telah disusun perlu ditinjau secara berkala agar tetap sesuai dengan standar keamanan digital terbaru.

Pengembangan Konten yang Lebih Variatif

Selain konten promosi, pesantren dapat memperluas jenis konten ke arah edukatif, motivasional, kisah inspiratif santri, serta program harian pesantren. Selain meningkatkan *engagement*, variasi konten ini dapat memperkuat citra pesantren sebagai lembaga pendidikan yang dinamis dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyah, K. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Pembuatan Konten Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Annur Pungging Mojokerto. *Jurnal Abdimas Al Hidayah*, 2(1), 1–7.
- Ismaun, I., Wajidi, F., & Quraisy, M. I. (2023). Peningkatan kemampuan personal branding melalui aplikasi Capcut video editor pada anggota Kawao ART Management. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 1(2), 78–82.
- Lutfiyani, R. S., Prasetyo, H. J., Sulistyowati, I., & Windarti, M. (2024). Pelatihan Canva Bagi Penggagas Ukm Desa Jiwo Wetan Dalam Rangka Peningkatan Branding Umkm Klaten. *WIDHARMA-Jurnal Pengabdian Widya Dharma*, 3(02), 42–47.
- Pujiastuti, N. S., Ayu, K., & Syamsiah, S. (2023). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing UKM Melalui Pelatihan Video Promosi Untuk Komunitas UKM Kelurahan Pandean Lamper Kota Semarang. *Perigel: Jurnal Penyuluhan Masyarakat Indonesia*, 2(4), 16–28.
- Sarder, M. A. U., & Mustaqeem, K. M. (2024). The Role of Social Media Marketing in Shaping Educational Institution Branding. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(3s), 4574–4588.
- Wulandari, Z., Alam, A., Tyas, G. P., & Syahidah, Y. (2021). Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 45–51.