

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

a. Susunan Dewan Pengurus Yayasan

Tabel 4.1. Susunan Dewan Pengurus 2024/2025

No.	Nama	Jabatan
1	K.H. M. Syaukani, Lc	Kiai Pondok
2	K.H. Husin Naparin, Lc, MA	Ketua Umum
3	Dr. H. Abd. Hasib Salim, M.AP	Kabid Pendidikan
4	Drs. H. Abidin B.	Kabid Keuangan/Usaha
5	Drs. H. Barkatullah Amin, M.Pd.I	Kabid Sarana/Prasarana
6	Dr. H. Rif'an Syafruddin, Lc, M.Ag	Sekretaris Umum
7	Masrani, S.Pd.I	Sekretaris I
8	Drs. H. M. Hasbi Salim, M.Pd	Sekretaris II
9	Drs. H. Muhdar HB, MM	Bendahara
10	Hamdani Rachman, SP	Wakil Bendahara
11	Sahminan, S.H	Staf Yayasan
12	Ahmad Fauzi, S.H	Staf Yayasan
13	Sauban Arief, S.Kom	Staf Yayasan
14	Ahmad Farhani, S.Pd	Staf Yayasan
15	Aulia Rahman, S.Kom	Staf Yayasan
16	Ahmadi	Staf Yayasan
17	Ahmad Shaleh, M.Pd	Staf Yayasan

(Sumber: Masrani, *Selayang Pandang Pondok Pesantren Rasyidiyah Amuntai*, 2024)

b. Keadaan Tenaga Edukatif dan Administratif 2024/2025

Tabel 4.2. Tenaga Edukatif dan Administratif 2024/2025

No.	Jenis Tenaga Kependidikan	LK	PR	Jumlah
1	Dosen	142	50	192
2	Ustadz/Ustadzah	101	65	165
3	Pembina Santri Asrama	6	6	12
4	Tenaga TU/Administrasi	14	8	23
5	Satpam	4	-	4
6	Wakar	2	-	2
Jumlah		269	129	398

(Sumber: Masrani, *Selayang Pandang Pondok Pesantren Rasyidiyah Amuntai, 2024*)

c. Keadaan Santri/Santri Wati dan Mahasiswa Tahun 2024/2025

Tabel 4.3. Santri/Santri Wati dan Mahasiswa 2024/2025

No.	Unit Pendidikan	LK	PR	Jumlah
1	STAI Rasyidiyah Khalidiyah	400	739	1.139
2	STIQ Rasyidiyah Khalidiyah	500	939	1.439
3	Ma'had Aly Rasyidiyah Khalidiyah	70	90	169
4	MA NIPA Rasyidiyah Khalidiyah	524	-	524
5	MA NIPI Rasyidiyah Khalidiyah	-	687	687
6	MTs NIPA Rasyidiyah Khalidiyah	465	-	465
7	MTs NIPI Rasyidiyah Khalidiyah	-	541	541

8	MI Normal Islam Rasyidiyah Khalidiyah	172	171	343
9	RA Normal Islam Rasyidiyah Khalidiyah	70	50	120
10	KB Normal Islam Rasyidiyah Khalidiyah	15	16	31
11	TPA Normal Islam Rasyidiyah Khalidiyah	7	6	13
12	TKA-TPQ Rasyidiyah Khalidiyah	9	48	57
Jumlah Santri/Santri Wati dan Mahasiswa				5.528

(Sumber: Masrani, *Selayang Pandang Pondok Pesantren Rasyidiyah Amuntai*, 2024)

2. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

Tuan Guru K.H. Abdurrasyid dilahirkan di Desa Pakapuran Amuntai pada tahun 1884 M. dan belajar di Universitas Al Azhar Cairo dari tahun 1912–1922. Dia mendirikan Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah pertama kali di sebuah rumah sederhana pada tanggal 13 Oktober 1922 M., bertepatan dengan 12 Rabiul Awal 1341 H., dengan nama *Arabische School*.

Ayahnya, Haji Ramli, dan ibunya, Khadijah. Saat kawan-kawannya pergi ke *Inlandsche School*, dia belajar Al Qur'an dari guru Al Qur'an di kampungnya. Pada usia tujuh tahun, dia khatam Al Qur'an. Tuan Guru K.H. Abdurrasyid kemudian pergi dari satu desa ke desa dengan izin kedua orang tua untuk mendapatkan pelajaran agama Islam di rumah guru agama dan di pesantren.

Setelah belajar dari kampung ke kampung, dia ingin pergi ke Mesir, yang sekarang menjadi pusat studi agama Islam. Dia pergi ke Universitas Al Azhar di Kairo pada tahun 1912 dan tinggal di sana sampai tahun 1922. Guru tunggal, Tuan Guru K.H. Abdurrasyid mendirikan sekolah di rumahnya sendiri.

Dia menggunakan sistem halqah, atau wetonan, di mana tuan guru (Kyai) membaca sebuah kitab secara bertahap, dan santrinya duduk di sampingnya untuk mendengarkan dan menyimak apa yang diajarkannya dalam kitab tersebut. Santri yang berbakat dan mampu mendorong kitab kepada tuan guru (Kyai) untuk dibacakan. Rumah Tuan Guru K.H Abdurrasyid tidak dapat menampung peningkatan jumlah santri.

Karena itu, dia pindah ke surau, atau mushalla, yang berada berhadapan dengan rumahnya di tepi sungai Tabalong. Selain itu, ada pergeseran dari sistem hilqah ke sistem klasik, yang menggunakan papan tulis, kursi, dan meja. Tuan Guru K.H Abdurrasyid menggunakan sistem beranting (estafet) dalam proses pendidikan. Sementara dia sendiri mengajar di kelas tertinggi, siswanya ditempatkan di kelas yang lebih rendah daripadanya. Dia sering memberi nasehat kepada setiap siswanya.

Masyarakat menyukai metode pendidikan yang digunakan oleh Tuan Guru K.H Abdurrasyid. Para pendidik datang ke tempat ini untuk memperoleh informasi. Beberapa dari mereka datang dari tempat yang jauh dan kemudian menginap di rumah orang-orang yang tinggal di sekitar

surau. Pelajar mengunjungi Kampung Pakapuran, yang dulunya tidak dihuni.

K.H. DR. Idham Chalid dilahirkan di desa kecil Setui, yang sekarang merupakan bagian dari Tanah Bumbu, pada hari Senin pagi tanggal 5 Muharram 1342 H., 27 Agustus 1922. Ayah beliau adalah pengusaha, guru agama, dan pengulu di daerah itu. Saat dia masih kecil, ibunya bernama Hj. Umi Hani. Beberapa guru di kampung asalnya, Amuntai, mengajarnya, termasuk Tuan Guru H. Chalid Tangga Ulin dan H. Muhammad Nanang. Dia kemudian pergi ke Singapura dan tinggal di Johor selama lebih dari setahun. Pada tahun 1932, K.H. DR. Idham Chalid, yang merupakan satu-satunya sekolah di Pagatan, masuk ke Sekolah Dasar (Gouvernement 2 klasse). Karena dia sudah bisa menulis dalam bahasa Latin, masuk ke kelas dua menjadi tantangan baginya.

Tempat pendidikan ini memiliki banyak nama lain, termasuk Sekolah Rakyat dan Sekolah Melayu. Dia sangat senang bermain bersama anak-anak seusianya secara rahasia tanpa diketahui orang tuanya karena orang tuanya sangat teliti dan ketat dalam mengawasinya. Pada akhir tahun 1932, K.H. DR. Idham Chalid dan keluarganya meninggalkan Pagatan untuk pindah ke Amuntai, tempat ayah dan neneknya lahir.

Dia masuk Vervolgschool, sebuah sekolah Melayu setingkat dengan Gouvernement 2. Setelah lulus dari sekolah itu pada tahun 1934, orang tuanya memasukkannya ke Madrasah Islam di Pakapuran, yang didirikan dan dipimpin oleh Tuan Guru K.H. Abdurrasyid. Menjelang

akhir tahun 1938, dia terus belajar di Pondok Gontor Modern dengan Abdul Muthalib, H. Djafri, Dja'far Saberan, Napiah, Hasan Basri, M. Noeh, dan K.H. DR. Idham Chalid.

Dia masuk ke Kulliyatul Mu'alimin al-Islamiyah di Pondok Gontor Modern bersama Abdul Muthalib dan H. Djafri. Mereka tidak menghadapi kesulitan dalam bahasa arab karena mereka telah mempelajarinya di Ma'had Rasyidiyah dan juga mengaji kepada guru lain. Sekitar tahun 1944, K.H. DR. Idham Chalid kembali ke kampung halamannya di Pondok Modern oleh masyarakat Amuntai.

Saya menerima undangan dari Qadhi Tuan Guru M. Burhan, tetangga dan guru saya, untuk bersilaturahmi ke Kantor Keqadhian. Kami membahas kehidupan sosial dan keagamaan Al Madrasatur Rasyidiyah serta kelangsungan hidupnya setelah penutupan operasinya, dengan sebagian bangunannya digunakan untuk lumbung padi pemerintah. Qadhi M. Burhan ingin K.H. DR. Idham Chalid menjabat sebagai ketua Ma'had Rasuidiyah.

Karena masyarakat sangat menantikan Anda sebagai putera daerah untuk memimpin turun tangan untuk menghidupkan kembali madrasah yang telah banyak berjasa. Sekitar akhir tahun 1944, Tuan Qadhi dan Ketua Jamiyah Tuan Guru H. Juhri Sulaiman mengadakan musyawarah yang dipimpin oleh Tuan Guru H. Juhri Sulaiman, yang memutuskan untuk menunjuk K.H. DR. Idham Chalid dengan bantuan Abdul Muthalib,

Ja'far Saberan, H. Japri, dan H. Zamza untuk memimpin Al Madrasatur Rasyidiyah.

Mereka hanya membuat sistem dan metode pendidikan, materi kurikulum, struktur dan organisasi manajemen, dan cara berpikir dan kebebasan yang lazim untuk perguruan Islam hanya pada tanggal 9 April 1945. Perguruan ini didirikan oleh Tuan Guru K. H. Abdurrasyid, seorang alumnus dari kedua institusi tersebut. Oleh karena itu, metode pengajarannya sebagian mengikuti model Pondok Modern dan Sekolah *Arabische*.

KH. DR. Idham Chalid menyesuaikan pendidikan dengan model pondok pesantren khalifiyah dan salafiyah, Ma'had Rasyidiyah kemudian diubah menjadi Normal Islam Amuntai. Masyarakat sangat menyukai sistem pola kedua ini. Ini dapat dipahami karena Perguruan Islam di Pakapuran, yang didirikan pada tahun 1922, menjadi kebanggaan masyarakat.

Namun, setelah perang berakhir, keadaan menjadi jauh lebih buruk. Rencana pengajaran meningkatkan pengajaran agama serta pengetahuan umum seperti matematika, geografi, dan kesadaran bangsa dengan alat-alat yang digunakan. Pada saat itu, penjajahan Belanda dan Jepang masih ada, pendidikan sangat kurang, dan akses terbatas bagi penduduk asli untuk mendapatkan pendidikan. Selain itu, pendidikan Islam dan Barat berbeda. Selama periode ini, terjadi banyak kemajuan dalam sistem administrasi, serta pendidikan dan pengajaran.

Ittihadul Ma'ahadil Islamiyah (IMI), yang berkantor pusat di Normal Islam Amuntai, didirikan pada 20 Desember 1949. Itu hadir di Kongres Muslim pertama di Indonesia, yang diadakan di Yogyakarta. Oleh karena itu, pengembangan umum terjadi. Bahkan IMI mendirikan Persatuan Madrasah Islam Indonesia (PMII), sebuah organisasi madrasah nasional.

Ada Gabungan Perguruan Islam (GAPI) di Kandangan, Persatuan Perguruan Islam (PPI) di Barabai, dan Serikat Perguruan Islam (SERPI) di Banjarmasin di antara mereka. Dalam upaya untuk terlibat dalam politik, dalam surat tertanggal 8 September 1953, dia menyatakan bahwa "Perguruan Normal Islam" didirikan berdasarkan hak semua umat Islam dan netral dari segala pengaruh dari organisasi ideologis atau partai politik.¹

3. Strategi Promosi Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

Dalam rangka untuk memperoleh data mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, maka dalam hal ini penulis mencoba untuk melakukan wawancara secara langsung kepada kepala bagian tata usaha Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan akan penulis uraikan sebagai berikut:

Data Informan yang pertama adalah Masrani S.Pd.i., yang merupakan seorang Sekretaris I di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, memiliki latar pendidikan S1 Pendidikan, dan

¹ *Ibid.*, Hlm. 1-3.

mengurus bagian tata usaha di pondok pesantren tersebut, yang mana di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai untuk mengurus dan melaksanakan bagian promosi adalah bagian tata usaha tersebut.

Masrani S.Pd.i., menjelaskan bahwa untuk mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai terdapat 2 cara, yakni promosi offline atau manual dan promosi berbasis *online* atau digital. Untuk jenis promosi yang pertama yakni promosi offline atau manual biasanya dilakukan lewat pembagian brosur mengenai Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Jadi setiap ada santri diminta untuk membagikan brosur tersebut kepada teman atau keluarga yang kebetulan baru menyelesaikan pendidikannya di suatu tingkat pendidikan yang kemungkinan bisa melanjutkan pendidikannya di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Selain brosur, pihak Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai juga membuat kalender yang menampilkan profil serta kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Kalender tersebut dijual kepada seluruh santri masing-masing 2 kalender. Hal tersebut bertujuan agar santri bisa menjual salah satunya atau keduanya kepada orang lain. Dengan cara tersebut, orang-orang bisa mengenal Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai melewati kalender tersebut.

Adapun jenis promosi yang kedua adalah promosi *online* atau digital, yakni dengan memposting hal-hal yang berkaitan dengan Pondok

Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai seperti info penerimaan santri atau mahasiswa baru atau video-video kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan diupload atau di posting di beberapa sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *website*, atau *youtube*.

Instagram yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama *@rasyidiyahKhalidiyah_ibs* yang memiliki 5.846 pengikut. Di dalamnya berisikan informasi-informasi serta rangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, dengan tujuan agar Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Gambar 4.1. Instagram Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah

Amuntai



Facebook yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama Ponpes Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki lebih dari 4.700 pengikut. Di dalamnya berisikan informasi-informasi serta rangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, dengan tujuan agar Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat dikenal oleh masyarakat luas.²

Gambar 4.2. Facebook Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai



Ponpes Rasyidiyah Khalidiyah

4,7 rb teman • 2 bersama

Akun Facebook Resmi Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, HSU, Kalimantan Selatan

² Wawancara dengan Masrani S.Pd.i., sebagai salah satu staf di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 17 Februari 2024.

Website yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama www.ponpesrasyidiyah.khalidiyah.com. Di dalamnya berisikan informasi-informasi serta rangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, dengan tujuan agar Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat dikenal oleh masyarakat luas.³

Gambar 4.3. Website Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

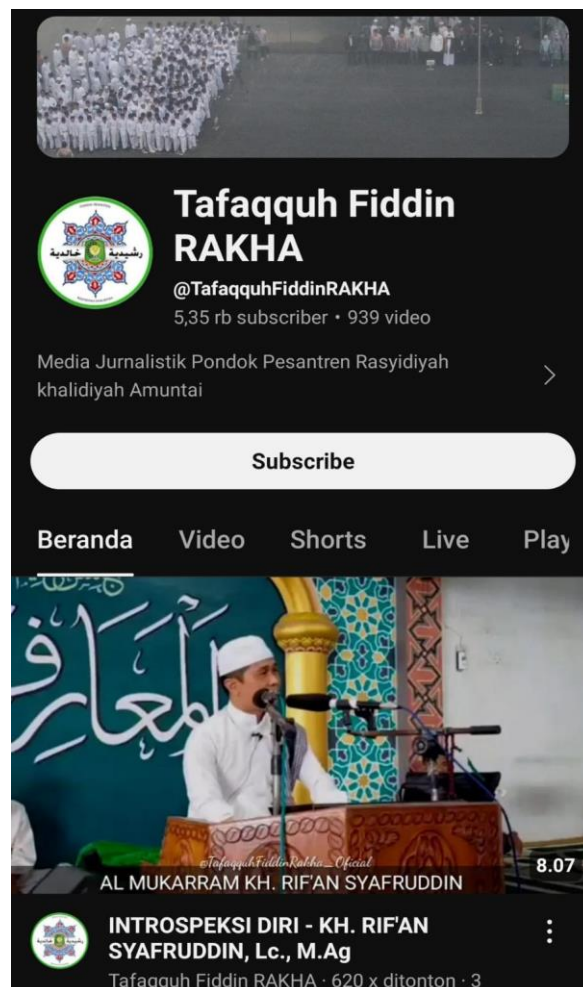


³ Wawancara dengan Masrani S.Pd.i., sebagai salah satu staf di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 17 Februari 2024.

Youtube yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama Tafaqquh Fiddin Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki 5.350 *subscriber*, dan Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki 7.150 *subscriber*. Di dalamnya berisikan informasi-informasi serta rangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, dengan tujuan agar Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Gambar 4.4. *Youtube* Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah

Amuntai



Gambar 4.5. Youtube Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah

Amuntai



Dengan hal tersebut orang-orang dapat mengenal dan mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Menurut Bapak Masrani, jenis promosi yang berbasis *online* ini lebih efektif karena jangkauannya lebih luas. Karena promosi offline atau manual yakni dengan pembagian brosur atau dengan

penjualan kalender kemungkinan hanya memiliki jangkauan yang relatif sempit.⁴

Adapun untuk awal mula dilakukannya promosi berbasis *online* ini dilakukan beriringan dengan munculnya beberapa sosial media yang bersangkutan. Misalnya seperti *facebook* mulai dikenal pada tahun 2013, jadi awal mula dilakukannya promosi berbasis *online* di *facebook* adalah disekitar tahun 2013 tersebut. Begitu juga dengan sosial media yang lain.

Masrani menambahkan bahwa dalam melakukan promosi *online* tidak semudah yang diperkirakan. Ada beberapa faktor yang mempersulit atau menghambat hal tersebut. Meskipun demikian, ada banyak keuntungan atau faktor pendukung yang mempermudah promosi berbasis *online* tersebut. Salah satu faktor penghambat promosi berbasis *online* diantaranya seperti sedikitnya *follower* atau *subscriber* yang dimiliki sosial media Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Meskipun sedikit, namun hal tersebut tetap menjadi faktor yang dapat mendukung promosi berbasis *online*. Dengan *follower* atau *subscriber* yang dimiliki sosial media Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, meskipun hanya sedikit, namun orang-orang yang sudah melihat atau menonton hal-hal yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat memberikan informasi kepada orang-orang terdekat mereka.⁵

⁴ Wawancara dengan Masrani S.Pd.i., sebagai salah satu staf di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 17 Februari 2024.

⁵ Wawancara dengan Masrani S.Pd.i., sebagai salah satu staf di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 17 Februari 2024.

Data Informan yang kedua adalah Sahminan S.H., yang merupakan salah satu staf Yayasan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan memiliki latar pendidikan S1 Hukum, beliau juga memegang bagian *multimedia* di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Penjelasan yang Sahminan berikan hampir sama dengan penjelasan yang Masrani sampaikan kepada penulis. Namun ada beberapa tambahan lain dan menurut penulis hal tersebut bisa penulis sajikan dalam penyajian data di bagian ini.

Sahminan menambahkan bahwa dalam salah satu sosial media, yakni *youtube*, Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai memiliki sebuah *cheanel youtube* yang bernama Tafaqquh Fiddin Rasyidiyah Khalidiyah. *Cheanel youtube* tersebut baru dibuat di sekitar tahun 2021 yang memuat video-video tentang pengenalan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, ceramah agama yang diisi oleh beberapa guru atau *muallim* yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, serta beberapa kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Selain memberikan informasi mengenai bagaimana Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, *cheanel youtube* juga dapat berfungsi sebagai salah satu jalan untuk menyampaikan dakwah kepada penontonnya.⁶

⁶ Wawancara dengan Sahminan S.H., sebagai salah satu staf di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 17 Februari 2024.

Selain melakukan wawancara kepada pejabat atau staf Yayasan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa santri dan mahasiswa yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Data Informan yang ketiga adalah Muhammad Nazar yang merupakan seorang mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Al-Qur'an Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai atau yang biasa disebut dengan STIQ Rasyidiyah Khalidiyah. Dia sudah 11 tahun menimba ilmu di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, yakni dari Madrasah Tsanawiah Normal Islam Putra Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai atau MTs NIPA Rasyidiyah Khalidiyah sampai sekarang dan sudah berada di semester akhir.

Muhammad Nazar menjelaskan bahwa dia mengetahui Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari ayahnya, dan ayahnya mengetahui tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari orang-orang terdekatnya. dari hal tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa Muhammad Nazar mengetahui Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari promosi yang masih berbasis offline atau manual, yakni dari mulut ke mulut. Hal tersebut dapat terjadi karena dia memulai sekolah di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

sudah sejak tahun 2013, atau di saat promosi *online* belum dilakukan secara efektif.

Namun karena Muhammad Nazar menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari tahun 2013 sampai sekarang, dia begitu memahami tentang perkembangan sistem promosi yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Dia juga pernah mengajak keluarganya untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan membujuk keluarganya tersebut dengan cara memperlihatkan salah satu sosial media yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai kepada keluarganya agar keluarganya mengetahui bagaimana keadaan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari *channel youtube*. Jadi menurut Muhammad Nazar, promosi yang berbasis *online* ini sangat membantu dan mempermudah orang-orang untuk lebih mengenal Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Muhammad Nazar juga menambahkan mengenai harapannya terhadap hal yang berkaitan dengan promosi untuk lebih ditekuni dan tidak gampang menyerah. Meskipun *follower* atau *subscriber* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sekarang ini belum bisa dikatakan banyak, namun dengan semangat yang lebih dan tidak berhenti mengupload atau memposting, maka suatu saat nanti akan banyak juga. Karena jika *follower* atau *subscriber* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah banyak, maka hal tersebut dapat

mempermudah dan memperluas jangkauan orang untuk mengetahui dan mengenal Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.⁷

Data Informan keempat adalah Mahliannor yang merupakan seorang santri Madrasah Aliyah Normal Islam Putra Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai atau MA NIPA Rasyidiyah Khalidiyah yang sudah berada di kelas 11. Itu artinya Mahliannor menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sejak tahun 2022, karena sebelumnya Mahliannor menempuh pendidikan di salah satu sekolah di kabupaten Hulu Sungai Selatan.

Mahliannor menjelaskan bahwa sebelum melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, dia sudah memiliki rencana untuk melanjutkan pendidikannya di sekolah yang dekat dengan rumahnya saja. Namun ayahnya menyuruhnya untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Awalnya dia sedikit enggan untuk menuruti permintaan ayahnya tersebut. Namun setelah mencari tahu informasi tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai di berbagai sosial media, dia mulai tertarik dan bisa membulatkan hati untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Mahliannor juga menjelaskan bahwa jika tidak melihat atau mengenal Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai lewat sosial

⁷ Wawancara dengan Muhammad Nazar., sebagai salah satu mahasiswa di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 18 Februari 2024.

media, kemungkinan besar dia tidak ingin melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Dari hal tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa promosi *online* sangat efektif untuk dilakukan dan berguna untuk memberikan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai kepada orang-orang yang belum mengetahuinya.⁸

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Promosi Berbasis *Online* di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

Sebelum melakukan analisis mengenai strategi promosi, penulis akan menganalisis terkait promosi *online* terlebih dahulu dengan mengaitkan dengan teori yang dikembangkan oleh Pribadi dalam penelitiannya yang berjudul “16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet”. Pribadi menyebutkan bahwa promosi *online* adalah proses yang dilakukan oleh pihak terkait untuk menawarkan barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media *online*, atau internet, di mana tidak ada komunikasi langsung antara pembeli dan produsen.⁹ Jika dikaitkan dengan promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, maka dapat disimpulkan bahwa Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah benar-benar melakukan promosi berbasis *online*.

⁸ Wawancara dengan Mahlianor., sebagai salah satu santri di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan pada tanggal 18 Februari 2024.

⁹ Pribadi, *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet* (Jakarta: Kawah Media, 2010). Hlm. 37.

Hal tersebut dibuktikan dengan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai menawarkan barang atau jasa berupa pendidikan di sebuah Pondok Pesantren dengan cara diiklankan melalui media *online* seperti *instagram*, *facebook*, *website*, atau *youtube*. *Instagram* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama @rasyidiyahKhalidiyah_ibs yang memiliki 5.846 pengikut. *Facebook* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama Ponpes Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki lebih dari 4.700 pengikut. *Website* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama [www.ponpesrasyidiyah Khalidiyah.com](http://www.ponpesrasyidiyahKhalidiyah.com). *Youtube* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai bernama Tafaqquh Fiddin Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki 5.350 *subscriber*, dan Rasyidiyah Khalidiyah yang memiliki 7.150 *subscriber*.

Setelah melakukan penelitian berupa wawancara kepada beberapa pegawai dan staf Yayasan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah dapat dikatakan sebagai strategi promosi berbasis *online* yang baik dan terstruktur. Hal tersebut penulis kaitkan dengan pendapat Kasmir tentang berbagai macam sarana promosi yang harus ditempuh jika ingin memiliki promosi yang masuk dalam kategori promosi yang baik. sarana promosi tersebut sudah penulis

jelaskan di pembahasan sebelumnya yakni dengan melakukan periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.¹⁰

Sarana promosi yang pertama adalah periklanan yang merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk atau brosur. Dalam hal ini, Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah melakukan hal tersebut, yakni dengan pembagian brosur dan pemasangan spanduk di depan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai yang menginformasikan bahwa pendaftaran santri atau mahasiswa baru telah dibuka di setiap tahunnya.

Dengan cara tersebut, orang-orang yang melihat dan membaca brosur atau spanduk yang sudah dipajang tersebut dapat mengetahui informasi tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai yang berkaitan dengan informasi yang berkaitan. Karena selain spanduk yang berisikan informasi tentang penerimaan santri atau mahasiswa baru, Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai juga sering membuat dan memajang spanduk yang berisikan informasi tentang kegiatan yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai seperti hari santri, haulan muassis (pendiri Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai), dan lain-lain. Hal tersebut dapat memberikan dampak positif berupa pemberian informasi secara tidak langsung kepada orang yang melihat dan membaca serta dapat memberikan warna yang lebih bagus terhadap lingkungan di sekitar pajangan spanduk tersebut.

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*. Hlm. 176-177.

Sarana promosi yang kedua adalah promosi penjualan yang merupakan suatu kegiatan promosi untuk melakukan ransangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini, staf Yayasan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai melakukan hal tersebut dengan meminta beberapa santri yang memiliki jabatan sebagai Nahdhatul Muta'allimin atau biasa disebut OSIS di sekolah-sekolah lain untuk membuat video yang berisi tentang penerimaan santri baru dan kemudian *diupload* di beberapa sosial media.

Tentunya orang-orang yang terlibat dalam pembuatan video tersebut akan berbeda-beda di setiap tahunnya. Hal tersebut bisa terjadi karena orang-orang yang termasuk dalam organisasi Nahdhatul Muta'allimin adalah orang yang berbeda di setiap tahun atau angkatannya. Begitu pula dengan konsep dan isi video yang menampilkan wajah baru Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai karena selalu ada renovasi di setiap tahunnya yang diperlihatkan dalam video tersebut juga akan berbeda di setiap tahunnya. Hal tersebut merupakan hal yang bagus dalam hal promosi penjualan karena dengan cara itu, orang-orang yang menonton video tersebut tidak akan merasa bosan meskipun melihat video tentang penerimaan santri baru di setiap tahun.

Sarana promosi yang ketiga adalah publisitas yang merupakan aktivitas untuk mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dengan memuat berita mengenai subyek itu tanpa dibayar oleh sponsor. Dalam hal ini, Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

membuat *cheanel youtube* yang bernama Tafaqquh Fiddin Rasyidiyah Khalidiyah yang mana *cheanel youtube* tersebut berisi tentang informasi-informasi yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan ceramah agama yang diisi oleh beberapa Ustadz atau pengajar yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Hal tersebut memiliki fungsi promosi yang sangat bagus karena dengan melihat video-video yang ada di *cheanel youtube* tersebut, orang-orang dapat mengetahui informasi tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Selain itu, para penonton juga dapat belajar dan menuntut ilmu agama dengan cara menonton ceramah agama yang tersedia di *cheanel youtube* tersebut. Dengan cara itu, penonton dapat mengetahui kualitas tenaga pengajar yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Selain memiliki *cheanel youtube*, Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai juga mempunyai media sosial lain seperti *instagram*, *facebook*, dan *website* yang berisikan informasi-informasi mengenai Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Informasi tersebut diantaranya seperti siapa saja tenaga pengajar, bagaimana keadaan bangunan, bangunan mana saja yang masih dalam tahap pembangunan atau perbaikan, serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh guru dan santri di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Perbedaan antara beberapa media sosial lain tersebut dengan *cheanel youtube* yang

dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai adalah pada beberapa media sosial lain yang telah disebutkan hanya berisikan informasi-informasi mengenai Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, tidak memuat ceramah agama seperti yang ada pada *cheanel youtube* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Sarana promosi yang terakhir adalah berupa penjualan pribadi atau interaksi antar individu, saling betatap muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Terlaksananya penjualan pribadi tersebut telah dibuktikan oleh salah satu informan yang sudah penulis wawancarai yakni Muhammad Nazar. Dia mengetahui informasi tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dari ayahnya yang mendapat informasi dari orang terdekatnya.

Dari penjelasan tersebut dapat kita pahami bahwa salah satu sarana promosi yakni penjualan pribadi sudah dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, meskipun hal tersebut tidak dilakukan oleh staf atau pengurus Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai secara langsung. Dengan beberapa sarana promosi yang sudah dijelaskan sebelumnya, orang-orang dapat mengetahui informasi tentang Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai meskipun orang tersebut bukan orang yang ingin melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Namun dengan mengetahui hal tersebut, orang-orang bisa menjadi penyambung lidah

kepada orang yang baru menyelesaikan pendidikan di suatu tingkat pendidikan dan membuat orang tersebut ingin melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah dilaksanakan dengan baik. Hal itu dibuktikan oleh sudah terlaksananya teori yang dikembangkan oleh Kasmir tentang sarana promosi. Namun untuk menguji apakah promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah dilaksanakan dengan baik atau tidak, penulis akan mengaitkannya dengan teori *attention, interest, desire, dan action* (AIDA) yang dikembangkan oleh Elias St. Elmo Lewis pada tahun 1898 yang menurut penulis juga sudah dijalankan dengan baik, sebagai berikut:

Pertama, dalam *attention* Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah memiliki *audiens* yang cukup besar karena sudah banyak orang yang mengetahui Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai tersebut sehingga memudahkan proses promosi berbasis *online* yang dilakukan. *Kedua*, dalam *interest* Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai membangkitkan minat *audiens* dengan cara mengisi media sosial yang dimiliki dengan hal-hal yang menarik seperti ditambahkan video ceramah agama pada *channel youtube* yang dimiliki.

Ketiga, dalam *desire* Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai tunjukan dengan memberikan penjelasan secara jelas tentang fasilitas yang dimiliki sehingga orang-orang yang sebelumnya tertarik untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai menjadi ingin melanjutkan pendidikan di tempat tersebut. *Keempat*, dalam *action* Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai terus motivasi *audiens* untuk benar-benar melanjutkan pendidikannya di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sehingga *audiens* mengambil tindakan untuk mendaftarkan dirinya untuk melanjutkan pendidikannya di tempat tersebut.

Selain itu, penulis juga menganalisis bahwa Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai melakukan strategi penetrasi pasar untuk memperluas pangsa pasar dengan menarik pelanggan dari pesaing. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai mengembangkan promosi berbasis *online* dengan signifikan, hal itu dilakukan dengan membuat video atau foto yang dikemas lebih menarik dibandingkan pondok pesantren lain.
- b. Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai percaya diri dengan program unggulan yang dimiliki dan tetap fokus agar program unggulan tersebut terus meningkat sembari meningkatkan program lainnya.

- c. Meskipun Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai memiliki biaya pendidikan yang lebih tinggi dari pada pondok pesantren lainnya, namun kualitas dan fasilitas yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai juga lebih tinggi dari pada pondok pesantren lainnya.
- d. Lokasi Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai tidak jauh dari pusat Kota Amuntai, sehingga dapat mempermudah agar Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dikenal dan dijangkau oleh santri.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dengan menarik pelanggan dari pesaing merupakan strategi penetrasi pasar yang terstruktur dan terlaksana.

2. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Terhadap Promosi Berbasis *Online* di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai

Sudah menjadi hal yang tidak bisa dipungkiri, setiap proses yang dilakukan manusia sudah pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat berjalannya proses tersebut. Begitu juga dengan promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Terdapat beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dan penghambat proses promosi berbasis *online* tersebut.

Setelah melakukan penelitian berupa wawancara kepada beberapa staf Yayasan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan beberapa santri serta mahasiswa di pondok pesantren tersebut, penulis menemukan adanya beberapa faktor yang menjadi hal yang dapat mendukung atau berhasilnya proses promosi berbasis *online* dan hal yang menghambat atau ketidakberhasilan proses promosi berbasis *online* yang sebenarnya bisa diperbaiki kembali.

Beberapa faktor pendukung proses promosi berbasis *online* tersebut diantaranya adalah dengan banyaknya sosial media yang dapat menunjang promosi berbasis *online* di masa sekarang ini seperti *facebook*, *instagram*, *youtube*, dan *website*, yang mana semua jenis sosial media tersebut sudah dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh orang-orang yang terlibat dalam mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Semua jenis sosial media tersebut dapat menjadi tempat untuk memperkenalkan atau mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai ke masyarakat luas, bahkan sampai ke negara tetangga.

Selain hal tersebut, dengan adanya dukungan dan tenaga sukarela untuk mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai seperti dari beberapa santri dan mahasiswa yang menimba ilmu di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Peran santri dan mahasiswa dalam hal ini adalah dengan mereka membantu membuat video-video menarik terkait Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai yang

kemudian *diupload* di beberapa jenis sosial media yang dimiliki agar bisa memberikan ketertarikan penonton untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, baik itu penontonnya sendiri yang kebetulan memang sudah lulus di suatu tingkat pendidikan dan ingin melanjutkan pendidikannya atau untuk keluarga penonton yang ingin melanjutkan pendidikan.

Dalam hal ini, target penonton bukan hanya pemuda-pemudi yang ingin melanjutkan pendidikan, masih ada target penonton yang lain seperti orang yang sudah tua dan memiliki anak cucu. Karena dari salah satu sosial media yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai tidak hanya berisikan konten yang disukai oleh anak muda, namun juga berisikan konten yang biasa ditonton oleh orang tua seperti adanya ceramah agama. Video yang berisikan ceramah agama memang tidak hanya ditonton oleh orang yang sudah tua saja, namun tidak dapat dipungkiri bahwa untuk kebiasaannya yang terjadi seperti itu.

Dengan adanya konten yang berisikan ceramah agama di sosial media yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai yang ditonton oleh orang tua, maka para orang tua dapat mengenal Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dan mengetahui kualitas yang dimiliki oleh pondok pesantren tersebut. Dengan cara tersebut, dapat menarik hati para orang tua agar berkeinginan untuk menyekolahkan anaknya di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

Jika ada faktor pendukung dalam suatu proses seperti promosi berbasis *online*, maka juga pasti ada faktor penghambat dalam promosi berbasis *online* tersebut. Diantaranya adalah masih sedikitnya *follower* atau *subscriber* yang dimiliki oleh beberapa sosial media Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Hal tersebut memang tidak bisa dipaksakan karena *memfollow* atau *mengsubscribe* suatu sosial media tidak bisa dibuat-buat atau dipaksakan. Hal tersebut merupakan hal yang memang bersumber dari hati nurani seseorang.

Dalam hal ini, orang-orang yang terlibat dalam promosi berbasis *online* yang dilakukan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai harusnya tidak bisa tinggal diam dan harus memikirkan langkah lanjutan berupa solusi agar hal tersebut bisa diatasi. Karena jika hal itu sudah teratasi, maka promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai akan menjadi hal yang sudah sangat bagus dan akan menarik pelanggan atau menarik hati banyak orang untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.