

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren merupakan salah satu pilar utama pendidikan Islam di Indonesia yang memiliki peran strategis dalam pembentukan akhlak, karakter, dan keilmuan generasi muda. Sejak awal kemerdekaan, pesantren telah berkontribusi besar dalam mencetak sumber daya manusia yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Seiring dengan perkembangan zaman, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga mengintegrasikan ilmu pengetahuan umum guna mempersiapkan santri menghadapi tantangan dunia modern (Rasyid, 2020). Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang mengadopsi sistem pendidikan terpadu antara pendidikan agama dan pendidikan umum, sehingga diharapkan mampu melahirkan santri yang unggul secara spiritual dan intelektual.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pesantren dihadapkan pada permasalahan menurunnya minat calon santri baru. Penurunan minat ini berpotensi mengganggu keberlangsungan dan kualitas penyelenggaraan pendidikan pesantren. Salah satu faktor yang turut memengaruhi kondisi tersebut adalah adanya framing negatif terhadap pesantren yang berkembang di media nasional dan media sosial. Sebagai contoh, pada tanggal 13 Oktober 2025, program televisi "Xpose Uncensored" di Trans7 menayangkan segmen yang menggambarkan kehidupan di Pondok Pesantren Lirboyo, Kediri, dengan narasi kontroversial seperti "Santrinya minum susu aja kudu jongkok, emang gini kehidupan pondok?" dan menyiratkan bahwa santri yang "ngesot" memberikan amplop kepada kiai sehingga kiai menjadi kaya raya. Tayangan tersebut memicu gelombang protes besar-besaran di media sosial dengan tagar #BoikotTrans7 yang menjadi trending topic di Twitter (X), Instagram, dan TikTok, bahkan mendapat kecaman keras dari Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Begitu pula pada Januari-Februari

2024, media nasional seperti CNN Indonesia dan Detik.com memberitakan tiga kasus kekerasan terhadap santri di Jawa Timur (Blitar, Kediri, dan Malang) yang menyebabkan dua santri meninggal dunia, yang kemudian viral dan memicu diskusi publik tentang keamanan di pesantren. Pemberitaan atau tayangan media yang menggambarkan pesantren secara tidak proporsional seperti ini, yang dikaitkan dengan praktik kekerasan, feodalisme, atau pola pengasuhan yang keras, berpotensi membentuk persepsi negatif masyarakat terhadap pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam.

Fenomena framing negatif media ini perlu dipahami bukan sekadar sebagai persoalan citra atau promosi yang kurang optimal, melainkan sebagai akar dari terjadinya krisis kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Pemberitaan yang repetitif dan tidak proporsional secara bertahap membentuk skema kognitif di benak masyarakat, khususnya orang tua, bahwa pesantren identik dengan risiko kekerasan, lingkungan yang tidak aman, dan pola pengasuhan yang keras. Persepsi ini — meskipun tidak sesuai dengan realitas di sebagian besar pesantren — secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan (trust) orang tua sebagai pengambil keputusan utama dalam pendidikan anak. Ketika kepercayaan runtuh, maka tidak ada promosi seaneh apapun yang mampu menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di pesantren. Oleh karena itu, masalah utama yang dihadapi pesantren saat ini adalah krisis kepercayaan institusional yang dipicu oleh framing negatif media, bukan semata-mata kekurangan dalam kegiatan promosi.

Framing negatif media tersebut berdampak pada terbentuknya stigma di tengah masyarakat, khususnya orang tua, yang menjadi pihak utama dalam pengambilan keputusan pendidikan anak. Padahal, pesantren pada hakikatnya memiliki nilai-nilai luhur yang menekankan ketulusan dalam mendidik, hubungan yang saling menghormati antara kyai dan santri, serta penanaman nilai keikhlasan, disiplin, dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari (Mustaqim, 2025). Ketidakseimbangan informasi yang diterima masyarakat akibat framing negatif media dapat mengaburkan nilai-nilai

positif pesantren dan pada akhirnya menurunkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka di pesantren.

Dampak framing negatif media terhadap persepsi orang tua dapat dianalisis melalui mekanisme sebagai berikut. Pertama, terjadi proses agenda setting di mana media menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik; ketika media berulang kali memberitakan kasus negatif di pesantren, masyarakat secara otomatis menganggap isu keamanan pesantren sebagai persoalan yang sangat mendesak. Kedua, terjadi proses generalisasi persepsi, di mana kasus negatif yang terjadi di satu atau dua pesantren dipersepsikan sebagai representasi kondisi seluruh pesantren. Ketiga, terbentuknya keraguan dan kekhawatiran yang bersifat emosional pada orang tua, khususnya dalam konteks pesantren putri, di mana aspek keamanan anak perempuan menjadi pertimbangan paling sensitif. Rangkaian dampak ini pada akhirnya membentuk trust gap (kesenjangan kepercayaan) antara pesantren dan masyarakat yang menjadi penghambat utama minat santri baru.

Selain faktor media, persaingan antar lembaga pendidikan pesantren juga semakin meningkat. Bertambahnya jumlah pesantren, khususnya di wilayah Kabupaten Cirebon, memberikan banyak alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menentukan lembaga pendidikan Islam. Kondisi ini menyebabkan persaingan antar pesantren menjadi semakin ketat, baik dari segi kualitas pendidikan, fasilitas, program unggulan, maupun biaya pendidikan. Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon dituntut untuk terus berinovasi agar mampu mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di tengah kompetisi tersebut.

Faktor eksternal lain yang turut memengaruhi minat santri baru adalah kondisi ekonomi masyarakat. Ketidakstabilan ekonomi menyebabkan sebagian keluarga mengalami kesulitan dalam membiayai pendidikan anak. Meskipun pesantren relatif menawarkan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan lembaga pendidikan swasta lainnya, kebutuhan biaya pendidikan pesantren yang mencakup asrama dan kebutuhan pendukung

lainnya tetap menjadi pertimbangan penting bagi orang tua (Amalia, 2024). Kondisi ini menuntut pesantren untuk memiliki strategi pemasaran pendidikan yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara lebih efektif.

Berdasarkan data internal penerimaan santri, Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon menunjukkan kecenderungan penurunan jumlah santri baru sejak tahun 2021, dimana sebelumnya mampu menerima lebih dari 100 santri baru dalam satu angkatan. Secara rinci, data penerimaan santri baru menunjukkan tren sebagai berikut: pada tahun ajaran 2022/2023 tercatat 95 santri baru, menurun menjadi 82 santri baru pada tahun ajaran 2023/2024, kemudian turun lagi menjadi 68 santri baru pada tahun ajaran 2024/2025, dan hingga bulan Oktober 2025, tercatat hanya 55 pendaftar untuk tahun ajaran 2025/2026. Penurunan jumlah santri sebesar 42% dalam rentang 4 tahun ini berdampak langsung terhadap keberlanjutan operasional pesantren, mengingat jumlah santri menjadi salah satu penopang utama dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan dan pengelolaan Lembaga

Pola penurunan yang terjadi secara bertahap dan konsisten dalam empat tahun terakhir ini menunjukkan bahwa penyebab dominannya bukan bersifat insidental (seperti satu peristiwa tunggal), melainkan bersifat struktural. Analisis terhadap penurunan menunjukkan korelasi temporal dengan meningkatnya intensitas pemberitaan negatif tentang pesantren di media nasional, khususnya sejak tahun 2024. Hal ini mengindikasikan bahwa framing negatif media merupakan faktor dominan yang memicu penurunan tersebut, yang diperkuat oleh faktor persaingan antar lembaga pendidikan dan kondisi ekonomi masyarakat. Penurunan kepercayaan yang bersifat struktural ini membutuhkan respons strategis yang juga bersifat struktural — bukan sekadar intensifikasi promosi, melainkan pembangunan ulang (rekonstruksi) kepercayaan masyarakat terhadap pesantren secara sistematis dan berkelanjutan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak bagi Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan

Talun Kabupaten Cirebon untuk merumuskan strategi pemasaran pendidikan yang lebih terarah dan adaptif. Strategi pemasaran pendidikan tidak dapat dipahami sebatas kegiatan promosi, melainkan sebagai proses manajerial yang mencakup pembangunan citra lembaga, komunikasi publik, serta penyampaian informasi yang jujur dan bertanggung jawab kepada masyarakat. Strategi ini menjadi semakin penting dalam menghadapi framing negatif media dan persaingan antar lembaga pendidikan.

Pemasaran pendidikan yang efektif juga menuntut pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Di era digital, masyarakat cenderung mengakses informasi pendidikan melalui internet, sehingga pesantren perlu mengelola media digital untuk memperkenalkan program pendidikan, kegiatan santri, serta keunggulan lembaga secara transparan dan menarik (Muslimin, 2022). Selain itu, pemahaman terhadap kebutuhan dan harapan orang tua menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat santri baru.

Berbagai penelitian tentang pemasaran pendidikan pesantren telah banyak dilakukan. Namun, kajian yang secara khusus membahas strategi pemasaran pendidikan dalam menghadapi framing negatif media pada pesantren putri masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon dalam menghadapi framing negatif media serta upayanya dalam meningkatkan minat santri baru.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya framing negatif media terhadap pesantren yang berpotensi mempengaruhi citra Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri

Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon di mata masyarakat.

2. Menurunnya minat santri baru pada Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon dalam beberapa tahun terakhir.
3. Strategi pemasaran pendidikan yang terarah dan adaptif untuk menghadapi framing negatif media dan meningkatkan minat santri baru.
4. Peran orang tua/wali santri dalam merespons informasi dan citra pesantren sebagai faktor yang memengaruhi keputusan memilih lembaga pendidikan.
5. Belum optimalnya strategi komunikasi pesantren dalam membangun dan memulihkan kepercayaan publik, khususnya dalam merespons dan mengimbangi narasi negatif yang berkembang di media.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tetap fokus dan tidak meluas, pembatasan masalah dilakukan dengan menekankan hal-hal berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon sebagai variabel inti penelitian.
2. Framing negatif media dibatasi pada pengaruhnya terhadap citra pesantren dan minat santri baru, tanpa membahas proses produksi atau kepentingan media secara mendalam.
3. Minat santri baru dikaji sebagai dampak dari strategi pemasaran pendidikan, bukan sebagai variabel yang berdiri sendiri.
4. Peran orang tua/wali santri diposisikan sebagai variabel pendukung, khususnya dalam konteks persepsi dan pengambilan keputusan pendidikan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon membangun citra positif dan mengatasi dampak framing negatif media terhadap kepercayaan masyarakat?
2. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran pendidikan tersebut dalam merekonstruksi kepercayaan public dan membangun citra positif pesantren di mata masyarakat?
3. Faktor-faktor apa saja yang mendorong dan menghambat minat santri baru setelah penerapan strategi pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi pendidikan yang diterapkan pondok pesantren modern al-Muqoddas putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon
2. Mengevaluasi efektivitas startegi pesantren menghadapi framing negatif masyarakat
3. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a) Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pendidikan, khususnya dalam konteks strategi pemasaran

pendidikan di lembaga Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon. Penelitian ini akan memperkaya kajian tentang pentingnya pemasaran pendidikan di lembaga pendidikan Islam modern, yang tidak hanya mencakup aspek akademik tetapi juga strategi untuk meningkatkan citra lembaga di mata masyarakat.

- b) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai strategi pemasaran, citra lembaga, dan minat santri serta masyarakat terhadap lembaga pondok pesantren modern. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk studi-studi berikutnya yang membahas tantangan serupa di pesantren lain di Indonesia, serta bagaimana pesantren menghadapi framing negatif yang berkembang di media.
- c) Memperkaya kajian tentang perilaku masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan Islam modern, serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat calon santri. Penelitian ini akan memberikan wawasan lebih dalam mengenai pengaruh persepsi masyarakat terhadap pesantren, serta bagaimana strategi pemasaran dapat mengubah pandangan masyarakat yang sudah terpengaruh oleh framing negatif media.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pondok Pesantren Modern Al-Muqoddas Putri Desa Wanasaba Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon

Memberikan masukan strategis bagi pesantren dalam menyusun dan meningkatkan strategi pemasaran pendidikan yang lebih efektif dan inovatif dalam menghadapi persaingan antar pesantren serta meningkatkan citra positif lembaga di mata masyarakat dan orang tua calon santri. Secara spesifik, penelitian ini memberikan: (a) peta strategis (strategic map) pengelolaan media sosial sebagai saluran komunikasi krisis; (b) panduan pembangunan narasi positif (counternarrative) untuk mengimbangi dampak framing negatif media; dan (c)

rekomendasi penguatan kualitas layanan pendidikan sebagai bukti nyata dari klaim promosi, sehingga terjadi kesesuaian antara harapan yang dibangun oleh promosi dan realitas yang dialami oleh santri dan wali santri.

b. Bagi Pengelola Pesantren secara Umum

Memberikan panduan praktis dalam memahami mekanisme pembentukan persepsi masyarakat terhadap pesantren melalui media, serta langkah-langkah konkret yang dapat diterapkan untuk membangun dan memulihkan kepercayaan publik secara berkelanjutan. Pesantren-pesantren lain dapat mengambil pelajaran dari hasil penelitian ini untuk memperbaiki strategi komunikasi mereka dengan masyarakat dan calon santri, khususnya dalam menghadapi framing negatif yang berkembang di media.

c. Bagi Pengambil Kebijakan Pendidikan

Memberikan wawasan tentang urgensi dukungan kebijakan dalam bidang literasi media dan komunikasi publik bagi lembaga pendidikan Islam. Penelitian ini menjadi pedoman dalam merancang program komunikasi dan promosi yang efektif, khususnya pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya sebagai bagian dari strategi pemasaran pendidikan yang transparan dan bertanggung jawab.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi rujukan awal bagi pengembangan kajian kuantitatif mengenai pengaruh framing media terhadap kepercayaan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam, serta pengembangan model strategi pemasaran pesantren yang komprehensif dan terukur.