

Model komunikasi dua arah terhadap peningkatan daya saing pondok pesantren

Kusoy Alawi^{1*}, Dewi Anggrayni¹, Nur Choiro Siregar², Ibdalsyah¹

¹Mahasiswa Universitas Ibnu Khaldun Bogor, Indonesia

²Universitas Muhamadiyah Tangerang, Indonesia

*alawikusoy@uika-bogor.ac.id

Abstract

A two-way communication model is a process of information exchange that involves reciprocal interaction between the sender and receiver of a message, in which both parties actively provide feedback to ensure clarity, understanding, and effectiveness of communication. This study aims to develop a relevant and applicable two-way communication model to enhance the competitiveness of Islamic boarding schools, particularly in the context of accepting new students and strengthening public trust. The research method uses a Research and Development (R&D) approach with the 4D model (Define, Design, Develop, and Disseminate), combined with James E. Grunig's theory of two-way symmetrical communication. The study was conducted at two Islamic boarding schools in Sukabumi, West Java: Darussyifa YASPIDA, representing the Salafiyah typology, and Pondok Pesantren Assalam, representing the Khalafiyah typology. The model development process involved stages of needs identification, concept design, prototype testing, and dissemination of results. The model was validated by communication experts and boarding school practitioners, who indicated a very high level of feasibility based on criteria of effectiveness, relevance, and sustainability. The final model emphasizes the principles of equality, participatory dialogue, and the strengthening of Islamic values as its main foundation. The implications of developing this model show significant potential in improving transparency, participation, and building public trust, which in turn can strengthen the competitiveness of Islamic boarding schools in accepting new students. Further research is recommended to test the application of this model in various Islamic educational institutions with more diverse regional, cultural, and typological characteristics to assess its consistency and effectiveness in a broader context.

Keywords: 4D model; Two-way communication; Symmetrical communication; Islamic boarding school

Abstrak

Model komunikasi dua arah merupakan suatu proses pertukaran informasi yang melibatkan interaksi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan, di mana kedua belah pihak secara aktif memberikan umpan balik untuk memastikan kejelasan, pemahaman, dan efektivitas komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model komunikasi dua arah yang relevan dan aplikatif guna meningkatkan daya saing pondok pesantren, khususnya dalam konteks penerimaan peserta didik baru serta penguatan kepercayaan publik. Metode penelitian menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) dengan model 4D (*Define, Design, Develop, and Disseminate*), yang dikombinasikan dengan teori komunikasi dua arah simetris (*Two-Way Symmetrical Communication*) dari James E. Grunig. Studi dilaksanakan pada dua pondok pesantren di Sukabumi, Jawa Barat, yaitu Darussyifa YASPIDA yang merepresentasikan tipologi salafiyah dan Pondok Pesantren Assalam yang merepresentasikan tipologi khalafiyah. Proses pengembangan model melibatkan tahapan identifikasi kebutuhan, perancangan

konsep, pengujian prototipe, serta diseminasi hasil. Validasi model dilakukan oleh pakar komunikasi dan praktisi pesantren, yang menunjukkan tingkat kelayakan sangat tinggi berdasarkan kriteria efektivitas, relevansi, dan keberlanjutan. Model akhir yang dihasilkan menekankan prinsip kesetaraan, dialog partisipatif, dan penguatan nilai-nilai Islam sebagai fondasi utama. Implikasi dari pengembangan model ini menunjukkan potensi signifikan dalam meningkatkan transparansi, partisipasi, serta membangun kepercayaan publik, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya saing pondok pesantren dalam penerimaan peserta didik baru. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji penerapan model ini pada berbagai lembaga pendidikan Islam dengan karakteristik wilayah, budaya, dan tipologi yang lebih beragam guna menilai konsistensi efektivitasnya dalam konteks yang lebih luas.

Kata kunci: Model 4D; Komunikasi dua arah; Komunikasi simetris; Pesantren

Pendahuluan

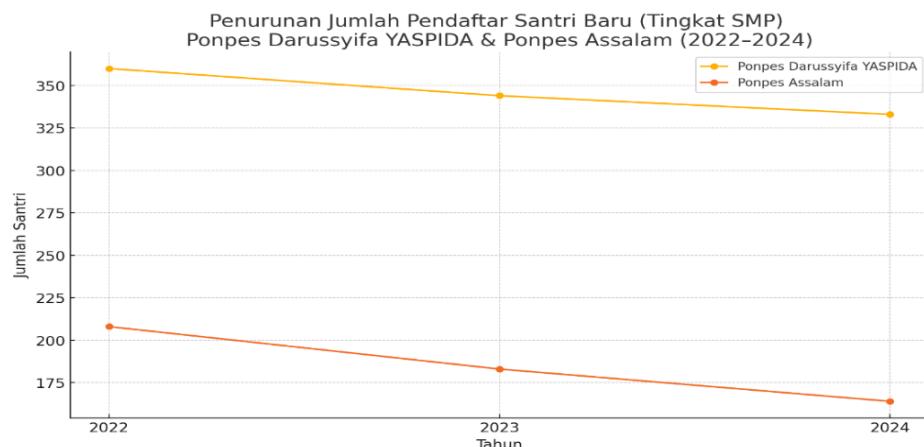
Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki peran strategis dalam membentuk generasi yang berilmu, berakhhlak mulia, dan mandiri. Tidak hanya fokus pada penguasaan ilmu agama, pesantren juga menanamkan nilai-nilai kedisiplinan, tanggung jawab, serta kepedulian sosial melalui kehidupan yang menyatu antara guru dan santri. *“Suasana religius yang khas, ditambah dengan kebersamaan dalam asrama, menjadikan pesantren sebagai tempat terbaik untuk menempa karakter serta memperkuat spiritualitas”* (Yanti, 2024).

Namun, di tengah arus globalisasi, modernisasi teknologi, dan transformasi sistem pendidikan, pesantren dihadapkan pada tantangan untuk terus mempertahankan eksistensinya serta meningkatkan daya saing. Salah satu tantangan yang dihadapi pesantren adalah persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya, seperti sekolah umum dan madrasah yang memiliki sistem pendidikan lebih modern dan fasilitas yang lebih memadai belum lagi dukungan secara langsung dan masif oleh pemerintah “tantangan pesantren adalah kompetisi dengan sekolah-sekolah umum, stigma sebagai tempat pengaduran Islam radikal, dan tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan pemerintah” (Iing, 2022). Ketiga tantangan ini menjadi hambatan signifikan dalam perkembangan pesantren di era modern. Kompetisi dengan sekolah umum menuntut pesantren untuk meningkatkan kualitas pendidikan agar tetap relevan dan diminati oleh masyarakat luas.

Sementara itu, stigma negatif sebagai tempat pengaduran Islam radikal kerap menimbulkan ketidakpercayaan dan kekhawatiran dari masyarakat maupun pemerintah, sehingga pesantren harus aktif membangun citra positif melalui transparansi dan penguatan nilai-nilai moderasi. Selain itu, *“Keseluruhan tantangan ini menuntut pesantren untuk terus berinovasi dan memperkuat integrasi antara pendidikan agama dan umum demi menjaga eksistensi dan kontribusinya dalam dunia pendidikan nasional”* (Kusumawati et al., 2024). Tuntutan penyesuaian dengan kebijakan pemerintah, seperti kurikulum nasional

dan standar akreditasi, memaksa pesantren untuk beradaptasi tanpa kehilangan ciri khas keagamaan yang menjadi fondasi utamanya.

Daya tarik lembaga pendidikan merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan strategi komunikasi dan mutu pelayanan pendidikan agar suatu lembaga pendidikan bisa menjadi pilihan publik untuk mencari keilmuan (Aprida et al., 2024). Namun pakta di lapangan, berdasarkan data rekapitulasi siswa baru tahun pelajaran 2022–2024 yang dihimpun dari Ponpes YASPIDA dan Pondok Modern Assalam, tampak adanya gejala penurunan dalam jumlah penerimaan peserta didik baru, khususnya pada jenjang SMP. Dari data pendaftaran siswa santri baru dari tiga tahun ke belakang di 2 pondok pesantren di Sukabumi yaitu di ponpes Darussyifa Yaspida dan Ponpes Assalam santri tingkat SMP/sederajat. Data dari YASPIDA tahun 2022 sebanyak 360 santri, 2023 sebanyak 344, 2024 sebanyak 333. Gejala serupa juga terlihat di Pondok Modern Assalam tahun 2022 sebanyak 208 santri, 2023 sebanyak 183, 2024 sebanyak 164. Ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan jumlah santri baru tidak sebanding dengan populasi yang telah ada, bahkan cenderung menurun (Gambar 1).



Gambar 1. Pertumbuhan jumlah santri baru tidak sebanding dengan populasi

Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terkait penurunan daya tarik lembaga dalam menarik peserta didik baru. Beberapa kemungkinan penyebab yang dapat ditelaah antara lain: persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, strategi komunikasi dan promosi yang kurang efektif, keterbatasan akses informasi kepada masyarakat, atau belum optimalnya pemanfaatan media digital dalam promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB). Kondisi ini menjadi dasar penting bagi lembaga untuk melakukan refleksi dan inovasi, khususnya dalam pengembangan model komunikasi yang mampu memperkuat citra lembaga, memperluas jangkauan informasi, dan meningkatkan daya saing dalam menarik minat calon santri/siswa baru. Oleh sebab itu, penelitian ini dirancang untuk mengembangkan model komunikasi yang mampu meningkatkan daya saing pondok pesantren melalui model 4D.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan R&D model 4D yang bertujuan untuk menghasilkan dan menguji kelayakan suatu model komunikasi pondok pesantren dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Menurut Sugiyono (2013), penelitian dan pengembangan atau *research and development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan model tertentu, dan menguji keefektifan model tersebut. Selanjutnya pada tahun 2024 dikembangkan oleh Marinu Waruwu bahwasanya “Model penelitian pengembangan memiliki kelebihan dibandingkan metode penelitian yang lain. Model ini memiliki kelebihan karena memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi saat ini. Solusi terhadap masalah yang ditawarkan model ini adalah produk atau model”(Waruwu, 2024). Model 4D merupakan pendekatan sistematis dalam pengembangan penelitian dan model edukatif. Indaryanti et al. (2025) menjelaskan bahwa “*The 4-D model provides a systematic approach to the development of instructional materials. It consists of four major phases: Define, Design, Develop and Disseminate*”. Kutipan ini menunjukkan bahwa model 4D bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan pengembangan berlangsung secara terstruktur.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan menghasilkan sebuah model komunikasi terhadap daya saing pesantren yang aplikatif, strategis, dan berbasis nilai Islam. Pengembangan model dilakukan melalui pendekatan R&D dengan tahapan 4D: *Define, Design, Develop, dan Disseminate*. Adapun tahapan proses pengembangannya dijelaskan sebagai berikut.

A. Tahap *Define* (Pendefinisian)

Pada tahap ini, peneliti melakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan strategis lembaga pesantren dalam meningkatkan daya saingnya. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Studi literatur

Studi literatur terhadap teori komunikasi dua arah, yang diintegrasikan dengan komunikasi Islam berbasis nilai *qoulan* dalam Al-Qur'an. “Studi literatur dilakukan sebagai fondasi teoretis dalam membangun kerangka model komunikasi yang akan dikembangkan” (Assyakurrohim et al., 2022). Kajian pustaka difokuskan pada tiga ranah utama teori komunikasi dua arah dari James E. Grunig, khususnya model *Two-Way Symmetrical*. “Model ini menjadi acuan dalam membangun sistem komunikasi kelembagaan yang tidak hanya bersifat *top-down*, melainkan dialogis, adaptif terhadap umpan balik, dan membangun hubungan saling menguntungkan antara pesantren dan publik” (Wahyudi, 2022). Teori ini menunjukkan bahwa organisasi yang ingin membangun kepercayaan dan loyalitas publik perlu menggunakan pendekatan yang bersifat timbal balik, partisipatif, dan berbasis data.

Selanjutnya studi literatur difokuskan pada komunikasi berbasis nilai-nilai *qoulan* yang terdapat dalam Al-Qur'an: *Qoulan sadidan* (QS. Al-Ahzab: 70), *ma'rufan* (QS. Al-Baqarah: 263), *layyinan* (QS. Thaha: 44), *kariman* (QS. Al-Isra: 23). "Nilai-nilai *qoulan* ini menjadi prinsip etis dan spiritual dalam membentuk komunikasi lembaga yang bukan hanya strategis, tetapi juga mencerminkan akhlak Islami (Malik et al., 2019). Integrasi antara pendekatan komunikasi modern dan prinsip komunikasi Qur'ani inilah yang menjadi ciri khas model yang dikembangkan dalam penelitian ini. Dengan merujuk pada ranah literatur tersebut, peneliti membangun dasar konseptual yang kuat, komprehensif, dan kontekstual, yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam menyusun desain dan prototipe model komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan pondok pesantren di era kompetitif dan digital saat ini.

2. Observasi dan wawancara

Observasi dan wawancara mendalam dengan pimpinan, staf humas, guru, santri senior, dan wali santri dari dua pondok pesantren: Darussyyifa YASPIDA Sukabumi (tipologi *salafiyah*) dan Pondok Putri Modern Assalam Sukabumi (tipologi *khalaifiyah*). "Observasi dan wawancara dilakukan untuk menggali secara langsung kondisi riil komunikasi kelembagaan di lingkungan pondok pesantren yang menjadi lokasi penelitian dan Teknik ini digunakan sebagai instrumen utama dalam tahap pendefinisian (*define*) untuk memperoleh data kualitatif yang mendalam, otentik, dan kontekstual" (Muqdamien et al., 2021). Observasi dilakukan dengan mengamati pola komunikasi yang berlangsung dalam kegiatan sehari-hari pesantren, baik secara formal maupun informal, seperti dalam kegiatan belajar-mengajar, forum santri, rapat guru, hingga kegiatan kehumasan dan publikasi informasi pesantren. Peneliti mencermati bagaimana pesan disampaikan, siapa yang menjadi aktor utama komunikasi, media yang digunakan, serta respons publik internal maupun eksternal terhadap komunikasi yang terjadi.

Selanjutnya, wawancara mendalam dilakukan kepada pihak yang memiliki peran strategis dalam komunikasi pesantren, yakni: Pimpinan pondok (kyai dan direktur pesantren), staf humas, guru senior, santri senior, serta beberapa wali santri. Responden dipilih secara *purposif* agar mampu memberikan gambaran yang representatif terkait dinamika komunikasi internal dan eksternal lembaga. Penelitian ini dilakukan di dua lokasi dengan tipologi yang berbeda: Pondok Pesantren Darussyyifa YASPIDA Sukabumi yang mewakili tipologi salafiyah (tradisional), dan Pondok Putri Modern Assalam Sukabumi yang mewakili tipologi khalaifiyah (modern). Dari kedua pesantren ini diperoleh data mengenai perbedaan pendekatan komunikasi, keterlibatan santri dan guru dalam penyampaian pesan ke publik, serta cara pondok membangun citra dan menjalin relasi dengan masyarakat. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa meskipun kedua pesantren memiliki karakteristik manajerial dan kultur yang berbeda, keduanya menghadapi tantangan serupa dalam membangun komunikasi publik yang sistematis dan efektif,

terutama dalam hal membangun kepercayaan publik dan meningkatkan minat masyarakat terhadap PPDB. Di sisi lain, terdapat kekayaan nilai-nilai lokal dan spiritual dalam proses komunikasi yang belum terstruktur, namun sangat potensial untuk diolah menjadi model komunikasi yang khas pesantren. Temuan ini menjadi dasar penting dalam merumuskan elemen-elemen kunci dari model komunikasi yang dikembangkan dalam penelitian ini, serta memastikan bahwa model tersebut sesuai dengan realitas, kebutuhan, dan kultur pondok pesantren di Indonesia.

3. Identifikasi masalah

Identifikasi tantangan komunikasi pesantren, seperti minimnya dialog sejajar dengan publik, dan lemahnya daya saing kepercayaan publik dan daya tarik PPDB yang dibuktikan dengan menurunnya jumlah santri di beberapa pesantren. Berdasarkan hasil studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan di pesantren, peneliti berhasil mengidentifikasi sejumlah permasalahan yang menjadi dasar perlunya pengembangan model komunikasi yang strategis dan aplikatif bagi peningkatan daya saing pesantren. Salah satu tantangan utama yang teridentifikasi adalah minimnya komunikasi dua arah yang sejajar antara pondok pesantren dan publik. Banyak pesantren masih menerapkan pola komunikasi satu arah yang bersifat *top-down*, terutama dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dan calon wali santri. Hal ini menyebabkan kurangnya ruang dialog, partisipasi, serta rendahnya responsivitas terhadap aspirasi dan kebutuhan publik.

Selain itu, ditemukan juga bahwa lemahnya strategi komunikasi publik berdampak langsung pada menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap pesantren, khususnya dalam hal transparansi, keterbukaan program, dan profesionalisme pengelolaan lembaga. Kelemahan ini memperburuk daya saing pesantren di tengah kompetisi antar lembaga pendidikan yang semakin ketat. Kondisi ini diperkuat oleh data empiris dari dua lokasi penelitian, yaitu Pondok Pesantren Darussyifa YASPIDA Sukabumi dan Pondok Putri Modern Assalam Sukabumi, di mana terjadi penurunan jumlah PPDB dalam beberapa tahun terakhir. Di Pondok Darussyifa, jumlah santri kelas VII tahun ajaran 2024–2025 tercatat mengalami penurunan dibandingkan jenjang kelas atas. Sedangkan di Pondok Assalam, jumlah santri baru juga lebih rendah dibandingkan santri pada jenjang yang lebih tinggi.

Fenomena ini menunjukkan bahwa daya tarik lembaga terhadap calon santri dan wali santri mengalami penurunan, yang salah satu sebab utamanya dapat ditelusuri pada kurangnya strategi komunikasi yang tepat, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan ekspektasi masyarakat. Dengan demikian, dibutuhkan pengembangan model komunikasi yang mampu mengatasi tantangan tersebut secara sistematis, berbasis nilai Islam, dan dapat diterapkan dalam berbagai tipologi pesantren.

4. Perumusan kebutuhan model

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang diperoleh dari studi literatur, observasi, dan wawancara di lapangan, dapat dirumuskan kebutuhan mendesak bagi pondok pesantren dalam menghadapi tantangan daya saing kelembagaan, khususnya dalam aspek kepercayaan publik dan penerimaan peserta didik baru. Pesantren membutuhkan sebuah model komunikasi yang mampu menjembatani hubungan yang lebih terbuka, sejajar, dan partisipatif antara lembaga dan publik, baik internal (santri, guru, wali santri) maupun eksternal (masyarakat umum, calon peserta didik, media, dan mitra). Model tersebut harus dirancang tidak hanya sebagai alat menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai strategi membangun citra positif, memperkuat hubungan sosial, serta meningkatkan daya tarik lembaga secara menyeluruh. Model komunikasi yang dirumuskan juga harus dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik khas pesantren, baik yang bersifat salafiyah maupun khalafiyah, dan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam, khususnya nilai komunikasi Qur'ani seperti *qoulan sadidan*, *qoulan balighan*, dan *qoulan layyinah*. Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa komunikasi yang dibangun tidak hanya efektif secara strategi, tetapi juga beretika dan bermuatan nilai spiritual.

Lebih jauh, model komunikasi yang dibutuhkan harus mencakup pola komunikasi dua arah yang simetris dan dialogis. Peran strategis humas dan santri senior dalam membangun hubungan publik. Pemanfaatan media digital secara optimal (*WhatsApp*, *Instagram*, *website*). Penyusunan narasi komunikasi yang jelas, menyentuh, dan mudah dipahami masyarakat dan mekanisme umpan balik dari publik sebagai bagian dari evaluasi dan pengembangan berkelanjutan. Dengan demikian, perumusan model ini diarahkan untuk menjadi panduan praktis sekaligus kerangka strategis dalam memperkuat daya saing pesantren, baik dalam membangun kepercayaan publik maupun dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru PPDB secara signifikan dan berkelanjutan.

B. Tahap *Design* (Perancangan)

Berdasarkan hasil tahap *define*, peneliti mulai merancang bentuk awal model komunikasi terhadap daya saing pesantren yang memadukan nilai-nilai komunikasi dua arah simetris dan komunikasi Islam. Desain awal mencakup:

1. Penyusunan struktur model komunikasi

Setelah kebutuhan model dirumuskan, langkah selanjutnya adalah menyusun struktur dasar model komunikasi terhadap daya saing pesantren yang sistematis, Islami, dan strategis dalam mendukung keunggulan kelembagaan. Model ini mengintegrasikan teori komunikasi dua arah simetris dari Grunig dan Hunt (1984), nilai-nilai komunikasi Islam (*qoulan sadidan*, *ma'rufan*, *layyinah*, dan *kariman*), serta strategi keunggulan bersaing dari Michael Porter (1980). Komunikasi dua arah dalam model ini memosisikan pesantren dan publik (wali santri, masyarakat, calon santri) sebagai mitra sejajar, menciptakan hubungan dialogis yang jujur, santun,

empatik, dan penuh hormat. Para pelaku komunikasi meliputi kyai dan pimpinan sebagai komunikator utama, guru sebagai penghubung internal-eksternal, humas sebagai pengelola publikasi, serta santri senior dan alumni sebagai agen promosi nilai pesantren. Sinergi antar pelaku ini memperkuat jaringan komunikasi yang luas, konsisten, dan terpercaya.

Penggunaan media terbagi dalam dua jalur: luring (seperti brosur, forum wali santri, safari dakwah, dan pengajian) untuk memperkuat kedekatan sosial, serta daring (seperti *Instagram*, *WhatsApp Business*, dan *website*) untuk menjawab tuntutan digitalisasi dan menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif. Dalam aspek strategi, model ini menerapkan pendekatan *differentiation* dengan menonjolkan program unggulan seperti tahlidz, bahasa asing, pembinaan karakter, dan kewirausahaan, serta *cost leadership* melalui komunikasi biaya pendidikan yang transparan (Hakim, 2024; Mustofa, 2024; Rahayu, 2020). Sasaran komunikasi mencakup masyarakat umum, wali santri, calon santri dan keluarganya, serta alumni yang berperan sebagai duta nilai pesantren. Dengan menggabungkan prinsip etika, aktor strategis, media adaptif, dan strategi keunggulan, model ini menjadi alat transformasi komunikasi yang mendukung peningkatan daya saing pesantren secara menyeluruh dan berkelanjutan.

2. Visualisasi model alur komunikasi

Visualisasi yang dimaksud berbentuk bagan alur komunikasi yang menghubungkan jalur internal dan eksternal pesantren secara interaktif (Alfiyah, 2018; Fitriani & Sutrisno, 2024). Adapun rancangan awal visual model alur komunikasi pada Gambar 2.

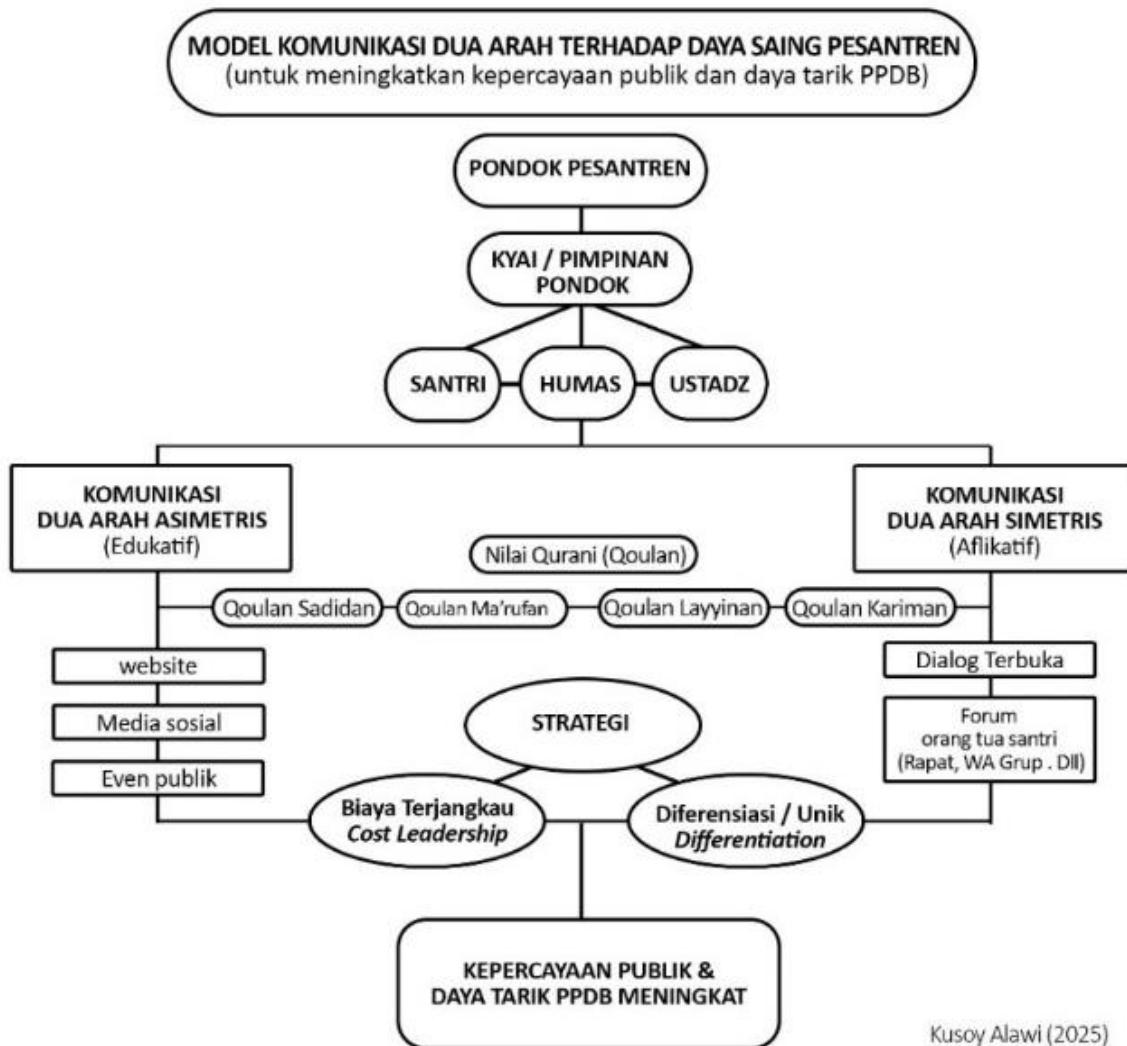
Gambar 2 visualisasi berikut didesain secara manual dengan aplikasi Adobe Photoshop sebagai bagian dari upaya menyajikan model komunikasi dua arah Pondok Pesantren secara konseptual dan implementasi. Penyesuaian indikator keberhasilan model komunikasi terhadap dua aspek utama daya saing, yakni kepercayaan publik dan PPDB.

3. Penyusunan pedoman naratif implementasi model

Model komunikasi dua arah terhadap daya saing pondok pesantren merupakan produk konseptual berbasis pendekatan R&D yang bertujuan meningkatkan efektivitas komunikasi, kepercayaan publik, dan daya tarik pesantren dalam proses PPDB. Model ini menekankan komunikasi edukatif dan partisipatif yang berlandaskan nilai-nilai Qurani seperti *qoulan sadidan*, *qoulan ma'rufan*, *qoulan layyinan*, dan *qoulan kariman* sebagai fondasi etika komunikasi Islam (Salsabilla et al., 2025; Zaki & Dawami, 2025; Zuhri & Putra, 2021). Fungsi utamanya mencakup penguatan citra dan *positioning* pesantren melalui narasi program unggulan serta penyampaian keunggulan biaya dan layanan secara sistematis. Dengan merujuk pada teori *Two-Way Symmetrical* dari Grunig dan Hunt, model ini mendorong pergeseran dari komunikasi satu arah ke dialog dua arah berbasis riset sosial.

Komunikasi simetris yang mendorong partisipasi, masukan, dan keterlibatan masyarakat (Hairul, 2024; Kaseng, 2023; Priyono & Rizki, 2025).

Aktor komunikasi terdiri dari unsur internal (pimpinan, humas, guru, santri senior) dan eksternal (wali santri, masyarakat, alumni, media, mitra strategis) yang berperan aktif dalam menyampaikan dan merespons pesan secara konsisten. Media yang digunakan bersifat multikanal, baik digital (*website*, *WhatsApp*, media sosial) maupun konvensional (brosur, *leaflet*, spanduk), serta didukung kegiatan interaktif seperti forum wali santri, *open house*, dan *polling online*. Strategi komunikasi dalam model ini menggabungkan pendekatan *cost leadership* dengan penyampaian informasi biaya secara transparan, serta *differentiation* melalui penonjolan program unggulan seperti tahfidz, pendidikan adab, dan kurikulum terpadu (Damayanti, 2021; Mutiah et al., 2021). Dengan pendekatan ini, model tidak hanya membangun citra dan loyalitas publik, tetapi juga memperluas jangkauan layanan pendidikan pesantren secara adaptif dan kompetitif di era digital.



Kusoy Alawi (2025)

Gambar 2. Model alur komunikasi

C. Tahap **Develop (pengembangan)**

Pada tahap ini, model yang telah dirancang diuji dan dikembangkan melalui serangkaian kegiatan.

1. **Validasi ahli komunikasi**

Validasi ahli merupakan langkah penting dalam proses pengembangan produk model komunikasi untuk memastikan bahwa rancangan yang disusun telah memenuhi standar teoritis dan praktis dari perspektif keilmuan komunikasi. Pada tahapan ini, dilakukan penilaian oleh seorang ahli komunikasi untuk mengevaluasi kelayakan isi, kesesuaian teori, serta implementabilitas model yang dikembangkan.

Dalam penelitian ini, validasi dilakukan ibu DA, seorang akademisi dan pakar dalam bidang komunikasi. Metode validasi menggunakan angket penilaian tertutup berbentuk skala Likert 1–4, dengan indikator yang disusun berdasarkan dua pendekatan teori komunikasi dua arah dari James E. Grunig, *Two-Way Symmetrical*. Setiap indikator dinilai berdasarkan tingkat kesetujuan terhadap isi produk model komunikasi dua arah pondok pesantren. Skor 1 (*Sangat Tidak Setuju*), dan skor 4 (*Sangat Setuju*). Tujuan dari validasi ini adalah untuk memastikan bahwa model komunikasi dua arah yang dikembangkan memiliki dasar konseptual yang kuat. Elemen-elemen komunikasi yang disusun (arah, tujuan, media, nilai qurani, dan peran aktor) sesuai dengan kaidah teori komunikasi strategis. Produk layak untuk diimplementasikan dalam konteks komunikasi kelembagaan pesantren. Hasil validasi ini menjadi dasar untuk merevisi, menyempurnakan, dan menetapkan model komunikasi dua arah pondok pesantren sebagai produk konseptual-implementatif yang siap diujicobakan dengan perhitungan nilai kategori skala layak.

$$Pk = \frac{S}{N} \times 100\%$$

S = Jumlah skor yang diperoleh

N = Jumlah skor maksimal/ideal(Formula 1)

Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah layak dan dapat digunakan dalam pengumpulan data tanpa perlu dilakukan perbaikan atau modifikasi lebih lanjut.

2. **Validasi ahli/praktisi pondok pesantren**

Untuk memastikan kelayakan isi dan relevansi produk pengembangan berupa model komunikasi dua arah terhadap daya saing pondok pesantren, peneliti melakukan proses validasi oleh ahli, khususnya dari kalangan praktisi dan akademisi pesantren. Validasi ini bertujuan untuk memperoleh masukan terkait kesesuaian model dengan konteks nyata dunia pesantren, serta menguji keterpahaman, kebermanfaatan, dan kepraktisan model komunikasi yang dikembangkan. Dalam validasi ini, ahli yang terlibat adalah bapak M seorang akademisi dan praktisi

pendidikan Islam dengan pengalaman panjang dalam pengelolaan pondok pesantren sekaligus beliau merupakan pimpinan pondok pesantren terpadu Darussyifa Al-Fithroh YASPIDA Sukabumi.

Tujuan dari validasi ini adalah untuk memastikan bahwa produk model komunikasi sesuai dengan kebutuhan dan praktik komunikasi di pesantren serta dapat diimplementasikan secara realistik di lapangan. Mengandung nilai-nilai Qurani yang aplikatif. Hasil validasi menjadi dasar untuk menilai kelayakan produk sebelum masuk ke tahap uji coba lapangan dan diseminasi lebih luas. Hasil penelitian ini berupa data kuantitatif pada Tabel 1 dengan menggunakan Formula 1.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus nilai kategori skala layak, diperoleh persentase skor sebesar 98,75% dari total skor maksimal yang mungkin dicapai. Jika merujuk pada kriteria interpretasi kevalidan instrumen, nilai tersebut berada dalam rentang 81% –100%, yang termasuk kategori “Sangat Valid” dengan kriteria kelayakan “Tidak perlu revisi”. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah layak dan dapat digunakan dalam pengumpulan data tanpa perlu dilakukan perbaikan atau modifikasi lebih lanjut.

3. Uji coba awal

Setelah produk divalidasi oleh ahli dan menunjukkan hasil produk layak digunakan, maka langkah selanjutnya yaitu uji coba awal kepada pihak internal. Uji coba awal dilakukan terhadap 6 orang responden yang terdiri dari guru dan staf humas dari dua lokasi pondok pesantren yang menjadi subjek penelitian. Tujuan dari uji coba ini adalah untuk memperoleh masukan awal terhadap rancangan model komunikasi dua arah dalam meningkatkan daya saing pesantren, baik dari segi kejelasan isi, kemudahan pemahaman, maupun kelayakan implementasi di lingkungan pesantren. Instrumen yang digunakan berupa angket penilaian dengan skala *Likert* 4 poin. Setiap responden diminta untuk menilai 11 butir pernyataan yang mencerminkan berbagai aspek dari model komunikasi yang dikembangkan.

Tabel 1. Komponen model hasil validasi pakar

Menunjukkan	Aspek Penilaian	Pernyataan	Skor
1		Model ini sesuai dengan kondisi nyata	4
2		Isi model komunikasi pesantren	4
3	Kelayakan	Model ini meningkatkan keterlibatan wali santri	4
4	Isi & Konteks	Nilai Qurani relevan dan bisa diterapkan di pesantren	4
5		Produk memberikan pemahaman komunikasi dua arah	4
6		Model mudah diterapkan	4
7	Kepraktisan	Saluran komunikasi	4
8	&	Model dapat skala kecil maupun besar	3
9	Implementasi Model	Forum wali santri	4
10		Visualisasi model	4
11		Model dapat meningkatkan kepercayaan publik	4

12	Efektivitas Komunikasi & PPDB	Strategi komunikasi	4	
13		Model meningkatkan minat masyarakat	4	
14		Komunikasi jujur (<i>goulan sadidan</i>)	4	
15		Keterlibatan wali santri dalam komunikasi	4	
16		Qoulan Ma'rufan	4	
17		Qoulan Layyinan	4	
18		Qoulan Kariman	4	
19		Nilai-nilai Qurani	4	
20		Model bisa menjadi pedoman komunikasi Islami	4	
Total			79	
Skor Maksimal			80	

Berdasarkan hasil angket uji coba awal yang melibatkan enam responden dari dua lokasi pondok pesantren, dapat disimpulkan bahwa model komunikasi dua arah yang dikembangkan memperoleh respons positif. Hal ini terlihat dari rata-rata skor pada setiap pernyataan yang umumnya berada pada rentang tinggi ($\geq 3,5$). Pernyataan dengan skor tertinggi adalah "Model ini dapat digunakan untuk memperkuat hubungan antara pesantren dan wali santri" dengan rata-rata skor 4,00 atau 100%. Temuan ini menunjukkan bahwa model komunikasi memiliki relevansi dan potensi yang kuat untuk diterapkan dalam meningkatkan daya saing pondok pesantren, khususnya dalam aspek komunikasi strategis dan relasi dengan masyarakat. Umpaman balik ini akan menjadi dasar untuk penyempurnaan model sebelum dilakukan uji coba pada tahap berikutnya.

4. Tahap uji lapangan

Setelah dilakukan uji coba awal kepada pihak internal pesantren maka langkah selanjutnya yaitu dengan melakukan tahap uji lapangan kepada pihak eksternal pesantren yaitu orang tua/wali santri terhadap rancangan model komunikasi dua arah dalam meningkatkan daya saing pesantren. Langkah ini melibatkan 15 orang responden dari dua lokasi pondok pesantren yang menjadi subjek penelitian. Setiap responden diminta untuk menilai 11 butir pernyataan yang mencerminkan berbagai aspek dari model komunikasi yang dikembangkan.

Hasil uji lapangan yang melibatkan 15 orang tua santri dari dua pondok pesantren menunjukkan bahwa model komunikasi dua arah yang dikembangkan mendapatkan tanggapan sangat baik. Seluruh indikator mendapatkan nilai rata-rata presentase 10% yang menunjukkan bahwa aspek hubungan eksternal sangat dihargai dalam komunikasi strategis pesantren. Temuan ini memberikan dasar kuat terhadap model komunikasi dua arah terhadap daya saing pesantren.

D. Tahap Disseminate (penyebarluasan)

Tahap akhir pengembangan dilakukan dengan menyusun strategi *diseminasi* agar model dapat digunakan oleh pesantren lain, melalui penyusunan buku panduan model komunikasi dan media visual model presentasi hasil penelitian kepada *stakeholder* pendidikan Islam lokal dan forum pesantren mitra. Publikasi hasil

dalam bentuk artikel ilmiah dan seminar akademik. Pengembangan platform digital berbasis media sosial untuk mendukung implementasi model secara luas di komunitas pesantren.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model komunikasi dua arah terhadap daya saing pondok pesantren yang strategis dan aplikatif dalam memperkuat kepercayaan publik dan meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam menghadapi tantangan serius di era modern, seperti persaingan dengan sekolah formal, perubahan sosial, dan ekspektasi masyarakat yang terus berkembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan R&D dengan model 4D. Subjek penelitian adalah pondok pesantren Darussyifa YASPIDA dan pondok pesantren modern Assalam Sukabumi, yang mewakili tipologi salafiyah dan khalafiyah. Penelitian ini menghasilkan model komunikasi yang dikembangkan mengintegrasikan teori *Two-Way Symmetrical Communication* dari James E. Grunig dan nilai-nilai komunikasi Islam berbasis Al-Qur'an seperti *qoulan sadidan, maa'rufan, layyinah* dan *kariman*. Hasil validasi menunjukkan bahwa model ini sangat layak efektif, dan kontekstual untuk diterapkan di lingkungan pondok pesantren dalam rangka meningkatkan daya saing kelembagaan secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alfiyah, A. R. (2018). *Aplikasi buku penghubung berbasis kerangka customer relationship management di Islamic Boarding School: Studi kasus di the islamic boarding school SMP Darul Qur'an kota Mojokerto* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Aprida, O., & Bahri, S. (2024). Penerapan teori competitive advantage Michael Porter dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam: Studi kasus di MIS GUPPI 13 Tasik Malaya, Kabupaten Rejang Lebong. *Al-Manar: Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, 13(02), 51-64.
- Assyakurrohim, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Budi Indaryanti, R., Murtiyasa, B., & Soemardjoko, B. (2025). 4D research and development model: Trends, challenges, and opportunities review. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 25(1). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Damayanti, F. P. (2021). *Manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah dan loyalitas konsumen pendidikan (studi kasus di SD Plus 2 Al-Muhajirin Purwakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Fitriani, D. I. N., & Sutrisno, J. (2024). Pengembangan electronic customer relationship management untuk meningkatkan pelayanan pada SMA Al-hasra kota Depok. *Idealis: Indonesia Journal Information System*, 7(2), 230-239.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Hairul, H. I. M. (2024). Komunikasi persuasif aparatur pemerintah dalam mewujudkan partisipasi masyarakat (studi kasus di desa Bulangan Barat Pegantenan

- Pamekasan). *Dakwatul Haq: Journal of Da'wah and Islamic Communication*, 1(2), 21-31.
- Hakim, L. (2024). *Strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan competitive advantage di sekolah menengah pertama As-Shofa Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Iing, I. (2022). Problem dan tantangan lembaga pendidikan pondok pesantren salaf dan modern. *Bestari*, 18(2), 165. <https://doi.org/10.36667/bestari.v18i2.946>
- Kaseng, E. S. (2023). Analisis pendekatan komunikasi partisipatif lembaga desa dalam pemberdayaan masyarakat untuk pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Riset Pembangunan*, 1(3), 42-52.
- Kusumawati, I., Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, F., & Saifuddin Zuhri, U. (2024). Integrasi kurikulum pesantren dalam kurikulum nasional pada pondok pesantren modern. 2(01), 1-7. <https://doi.org/10.58812/spp.v2i01>
- Malik, A., Uin, K. A., Malik, M., Malang, I., & Fanani, Z. (2019). Model komunikasi di lembaga pendidikan islam. In *JPII* 3(2).
- Muqdamien, B., Puji Raraswaty, D., & Sultan Maulana Hasanuddin Banten, U. (2021). Tahap definisi dalam four-d model pada penelitian research & development (R&D) alat peraga edukasi ular tangga untuk meningkatkan pengetahuan sains dan matematika anak usia 5-6 tahun 1. *Jurnal*, 6(1).
- Mustofa, M. (2024). *Strategi bersaing dalam pendidikan: Porter's five forces and SWOT analysis di MIN 2 Bogor dan MI Pembangunan Jakarta* (Master's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Mutiah, T., Kurniawan, F., Rafiq, A., & Pane, I. A. (2021). Strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah Tk Islam Nurul Hikmah Kebagusan. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6(3), 21-37.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Priyono, B., & Rizki, M. (2025). Strategi pengambilan keputusan melalui komunikasi efektif pada organisasi publik: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 5184-5189.
- Rahayu, T. (2020). Manajemen strategis dan analisis SWOT dalam pendidikan. *Idaarotul Ulum (Jurnal Prodi MPI)*, 2(1 Juni), 77-89.
- Salsabilla, I., Murdiati, E., & Hamandia, M. (2025). Analisis komunikasi profetik pada program mukim yayasan pendidikan rumah Quran El-Fajr. *Jurnal Studi Ilmu Alquran dan Tafsir*, 1(3), 9-9.
- Wahyudi, E. (2022). Model-model hubungan masyarakat di lembaga pendidikan islam. 1(5). <http://melatijournal.com/index.php/Metta>
- Waruwu, M. (2024). Metode penelitian dan pengembangan (R&D): Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220-1230. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141>
- Yanti, F. (2024). Komunikasi pesantren.
- Zaki, R., & Dawami, D. (2025). Komunikasi Rasullah dalam pendidikan. *Al-Qolam: Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 15-34.
- Zuhri, A., & Putra, H. R. (2021). Film Aceh dalam perspektif etika komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 1-21.