Jurnal Insan Pengabdian Indonesia
Volume. 4, Nomor. 3, September 2026
E-ISSN .: 2986-7371 ; P-ISSN .: 2986-7363, Hal. 398-408
DOI: https://doi.org/10.62007/jouipi.v4i3.1057
Tersedia: https://ejournal.alhafiindonesia.co.id/index.php/JOUIPI

Penguatan Promosi dan Branding Pondok Pesantren At-Taufiq melalui Pembuatan Video Profil sebagai Media Digital

Strengthening Promotion and Branding of At-Taufiq Islamic Boarding School through Profile Video Production as Digital Media

Siti Zaenab[1], Siti Fadia[2], Lutfiyan Nurdianah[3*]
[1-3] Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Institut Al Fithrah Surabaya, Indonesia
**Penulis Korespondensi: diana@alfithrah.ac.id*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 15 Juli 2026;
Revisi: 21 Agustus 2026;
Diterima: 25 September 2026;
Terbit: 30 September 2026

Keywords:
Branding; Digital Media; Islamic Boarding School; Profile Video; Promotion.

Abstract: *Pondok Pesantren At-Taufiq Sengkaling faces a decline in the number of students from year to year and limited dissemination of information about the pesantren beyond its surrounding community. This condition is related to several factors, including suboptimal management regeneration, competition with other Islamic boarding schools, and limited human resources in digital media management. Therefore, strengthening the promotion and branding of the pesantren is needed to introduce its identity, educational programs, activities, and potential more broadly. This community service activity aimed to strengthen the promotion and branding of Pondok Pesantren At-Taufiq through profile video production and digital media management mentoring. The activity employed a participatory mentoring approach consisting of problem identification, observation and interviews, data collection and validation with the pesantren management, program planning, implementation, and evaluation. The activities included mentoring on the productive use of digital media, involving a pesantren pioneer in digital media management, restoring a previously problematic social media account, documenting pesantren activities, and producing a profile video. The results showed that a profile video was successfully produced containing information about the history, educational programs, student activities, and environment of Pondok Pesantren At-Taufiq. The mentoring process also provided practical experience for the pesantren management in utilizing digital media to disseminate information. The activity produced a promotional medium and strengthened the capacity of the pesantren management to support broader and sustainable information dissemination. Thus, digital media can serve as one supporting innovation for strengthening the promotion and public recognition of Pondok Pesantren At-Taufiq.*

Abstrak

Pondok Pesantren At-Taufiq Sengkaling menghadapi persoalan berupa kecenderungan menurunnya jumlah santri dan terbatasnya penyebaran informasi pesantren kepada masyarakat di luar lingkungan sekitar. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan promosi dan branding agar identitas, program, kegiatan, dan potensi pesantren dapat dikenal secara lebih luas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat promosi dan branding Pondok Pesantren At-Taufiq melalui pembuatan video profil dan pendampingan pengelolaan media digital. Metode pengabdian dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, pengumpulan dan validasi data bersama pengurus pesantren, perencanaan, pembuatan video profil, serta pendampingan penggunaan media digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video profil berhasil dibuat sebagai media promosi yang memuat informasi mengenai identitas, program pendidikan, kegiatan, dan lingkungan pesantren. Pendampingan juga membantu meningkatkan kemampuan pengurus dalam mengelola dan memanfaatkan media digital untuk penyebaran informasi pesantren. Dengan demikian, kegiatan pengabdian menghasilkan media promosi sekaligus meningkatkan kapasitas pengurus dalam mendukung penyebaran informasi pesantren secara lebih luas dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Branding; Media Digital; Pesantren; Promosi; Video Profil.*

1. PENDAHULUAN

Pondok pesantren memiliki posisi penting sebagai lembaga pendidikan Islam yang tidak hanya memberikan pembelajaran keagamaan, tetapi juga menjadi tempat pembinaan dan pengembangan generasi. Namun, keberlangsungan sebuah pesantren tidak terlepas dari kemampuan lembaga dalam mempertahankan keberadaan dan memperkenalkan potensi yang dimilikinya kepada masyarakat. Di tengah banyaknya pilihan lembaga pendidikan, pesantren perlu memiliki cara yang tepat untuk menyampaikan informasi mengenai program, kegiatan, serta keunggulan lembaganya agar dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Salah satu persoalan yang ditemukan di Pondok Pesantren At-Taufiq adalah jumlah santri yang cenderung menurun dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi awal di lapangan, kondisi tersebut menjadi persoalan yang perlu mendapatkan perhatian karena sebagian besar santri masih berasal dari lingkungan sekitar pesantren. Sementara itu, jangkauan informasi mengenai Pondok Pesantren Al-Taufiq kepada masyarakat di luar lingkungan sekitar masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pesantren belum sepenuhnya mampu memperkenalkan keberadaan dan potensi lembaganya kepada masyarakat secara luas.

Permasalahan tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan beberapa kondisi yang ditemukan di Pondok Pesantren At-Taufiq. Salah satunya adalah kegiatan promosi yang belum berjalan secara optimal. Belum adanya pihak yang secara khusus menangani kegiatan promosi menyebabkan informasi mengenai pesantren belum dikelola dan disebarluaskan secara maksimal. Selain itu, branding pesantren juga masih perlu diperkuat. Informasi mengenai identitas, kegiatan, program pendidikan, dan keunggulan pesantren belum dikemas dalam media yang mampu menjangkau calon santri dan masyarakat secara luas.

Kondisi tersebut memiliki kesamaan dengan permasalahan yang ditemukan pada Pondok Pesantren Al-Bayum. Pesantren tersebut menghadapi keterbatasan dalam memperkenalkan keberadaannya kepada masyarakat karena lokasi yang relatif jauh dari pusat kota. Melalui pemanfaatan media sosial dan pengelolaan konten yang sesuai, informasi mengenai pesantren dapat disebarluaskan dengan jangkauan yang lebih luas sehingga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan lembaga tersebut. (Cendikia dkk. 2023)

Selain persoalan promosi, hasil identifikasi lapangan menunjukkan adanya keterbatasan dalam regenerasi pengurus dan pengelolaan administrasi. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang menghambat pengembangan pesantren, termasuk dalam pengelolaan kegiatan promosi. Di sisi lain, terdapat pula keterbatasan program pendidikan formal. Santri yang telah menyelesaikan pendidikan tingkat SMP belum memiliki pilihan jenjang pendidikan formal lanjutan di lingkungan pesantren. Akibatnya, sebagian santri memilih melanjutkan pendidikan ke

jenjang SMA di luar pesantren. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus-menerus, pesantren berpotensi mengalami berkurangnya jumlah santri pada jenjang berikutnya.

Tantangan tersebut semakin besar karena pesantren harus berhadapan dengan persaingan antar lembaga pendidikan. Setiap lembaga berusaha menunjukkan program dan keunggulan masing-masing untuk menarik perhatian masyarakat. Ghazali dan Nasrullah menjelaskan bahwa persaingan antar lembaga pendidikan mendorong pesantren untuk membangun image branding melalui media sosial. Dalam praktiknya, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dapat menjadi sarana komunikasi, edukasi, dan pembentukan citra lembaga di tengah masyarakat. (Ghazali dan Nasrullah 2024)

Berdasarkan kondisi tersebut, Pondok Pesantren At-Taufiq memerlukan upaya yang lebih terarah dalam memperkuat promosi dan branding. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menghadirkan media promosi yang mampu memberikan gambaran mengenai pesantren secara lebih menarik dan mudah dipahami. Video profil menjadi salah satu alternatif karena dapat menggabungkan informasi visual mengenai identitas pesantren, program pendidikan, kegiatan santri, fasilitas, serta lingkungan pesantren dalam satu media.

Penggunaan video sebagai media promosi juga memiliki relevansi dengan kegiatan pengembangan media promosi di Pondok Pesantren An-Nuqthah. Dalam kegiatan tersebut, pembuatan media promosi berbentuk video dilakukan setelah pesantren mengalami penurunan jumlah pendaftar. Video dikembangkan untuk membantu menyampaikan informasi mengenai pesantren sekaligus mendukung upaya meningkatkan jangkauan promosi kepada calon santri. (Desrianti dkk. 2026)

Hal tersebut menunjukkan bahwa media video dapat menjadi salah satu pilihan dalam memperkenalkan lembaga pendidikan secara lebih informatif dan menarik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada penguatan promosi dan branding Pondok Pesantren At-Taufiq melalui pembuatan video profil dan media promosi serta pengembangan jejaring kerja sama dengan media atau pihak terkait. Kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu pesantren menyampaikan informasi mengenai identitas, program, kegiatan, dan keunggulannya kepada masyarakat secara lebih luas. Dengan semakin luasnya jangkauan informasi mengenai pesantren, upaya ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah pendukung dalam menghadapi persoalan menurunnya jumlah santri dan memperkuat keberlanjutan Pondok Pesantren At-Taufiq.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Pondok Pesantren At-Taufiq Sengkaling, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan partisipatif, yaitu metode yang menempatkan mitra sebagai bagian aktif dalam proses identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya menghasilkan suatu produk, tetapi juga meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan dan mengelola hasil kegiatan secara mandiri. Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui empat tahapan, yaitu identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan dan pendampingan, serta evaluasi. Tahap identifikasi masalah dilakukan melalui observasi dan komunikasi dengan pihak Pondok Pesantren At-Taufiq untuk mengetahui kondisi promosi dan pemanfaatan media digital. Berdasarkan hasil identifikasi, diketahui bahwa informasi mengenai profil, kegiatan, dan program pendidikan pesantren belum tersebar secara luas sehingga diperlukan penguatan media promosi digital.

Tahap perencanaan dilakukan bersama pihak pesantren dengan menentukan bentuk kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, yaitu pembuatan video profil dan media promosi digital. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi mengenai sejarah pesantren, program pendidikan, kegiatan santri, lingkungan pesantren, serta informasi lain yang diperlukan sebagai bahan pembuatan konten.

Tahap pelaksanaan dan pendampingan dilakukan melalui pengambilan dokumentasi, wawancara dengan pengasuh, penyusunan materi, dan pembuatan video profil. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pendampingan kepada pengurus pesantren dalam penggunaan dan pengelolaan media digital. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui praktik agar pengurus dapat memahami proses pengelolaan media digital dan mampu menggunakannya secara mandiri.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil media promosi yang telah dibuat serta kemampuan pengurus dalam menggunakan dan mengelola media digital setelah memperoleh pendampingan. Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui kebermanfaatan kegiatan dalam mendukung penguatan promosi dan penyebaran informasi Pondok Pesantren At-Taufiq kepada masyarakat.

3. HASIL

Pendampingan Pemanfaatan Media Digital di Pondok Pesantren At-Taufiq

Kegiatan pengabdian diawali dengan pendampingan pemanfaatan media digital kepada santri dan pihak Pondok Pesantren At-Taufiq Sengkaling, Malang. Pendampingan dilaksanakan untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media digital secara produktif, khususnya

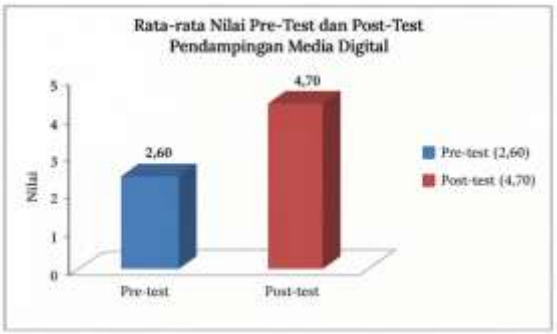
dalam memperkenalkan kegiatan, program, dan potensi pondok kepada masyarakat. Kegiatan ini juga melibatkan salah satu pionir pondok yang diharapkan dapat melanjutkan pengelolaan media digital setelah kegiatan KKN selesai. Melalui proses pendampingan, observasi, dan wawancara dengan pihak pondok, diperoleh gambaran mengenai kondisi dan permasalahan yang dihadapi Pondok Pesantren At-Taufiq. Salah satu permasalahan utama yang ditemukan adalah jumlah santri yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut berkaitan dengan beberapa faktor, antara lain regenerasi pengelola yang belum optimal, persaingan dengan pondok pesantren lain, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media digital.

Selain itu, pengenalan Pondok Pesantren At-Taufiq kepada masyarakat masih banyak bertumpu pada jaringan pengasuh dan pengurus serta masyarakat di wilayah sekitar. Sebagian besar santri berasal dari wilayah yang relatif dekat, khususnya Kota Batu, dan mengenal pondok melalui Mbah Yai atau pengurus. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi mengenai pondok masih dapat diperluas melalui pemanfaatan media digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKN tidak menempatkan media digital sebagai satu-satunya solusi atas penurunan jumlah santri, tetapi melihatnya sebagai salah satu ruang inovasi yang dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pondok. Oleh karena itu, pendampingan diarahkan pada penguatan kemampuan pengelolaan media digital serta pembuatan media informasi yang dapat digunakan pondok secara berkelanjutan.



Gambar 1. Kegiatan Pendampingan Pemanfaatan Media Digital di Pondok Pesantren At-Taufiq



Gambar 2. Pre-Pos test Diagram Batang Pondok At-Taufiq Kemampuan Pemanfaatan Pengelolaan Media Sosial

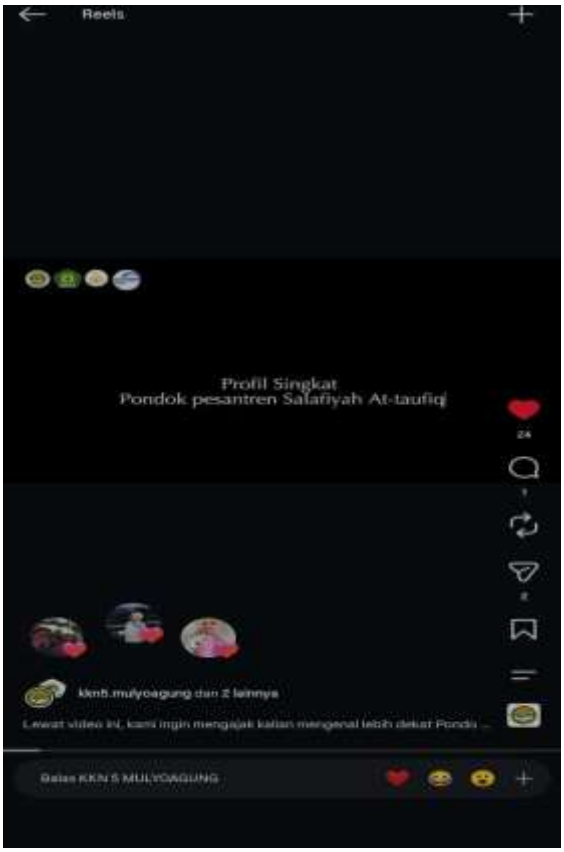
Berdasarkan hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test, terdapat peningkatan kemampuan peserta dalam pemanfaatan media digital setelah mengikuti kegiatan pendampingan. Nilai rata-rata pre-test sebesar 2,60 pada skala 1–5 meningkat menjadi 4,70 pada post-test. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya perubahan pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengakses serta mengelola media sosial, mengunggah konten, membuat Story atau Reels, serta menjaga akun media sosial agar tetap aktif dan terkelola. Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan pengalaman praktis kepada peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pendukung penyebaran informasi dan pengenalan Pondok Pesantren At-Taufiq kepada masyarakat.

Penguatan Promosi melalui Pembuatan Video Profil

Sebagai tindak lanjut dari pendampingan, mahasiswa KKN bersama pihak pondok mengembangkan media digital berupa video profil. Pembuatan video ini dilakukan dengan menggali informasi mengenai Pondok Pesantren At-Taufiq melalui wawancara dan dokumentasi langsung di lingkungan pondok. Informasi yang dimuat meliputi sejarah pondok, program pendidikan, kegiatan santri, serta karakteristik lingkungan Pondok Pesantren At-Taufiq.

Pembuatan video profil dipilih sebagai salah satu bentuk inovasi karena dapat mengemas informasi mengenai pondok dalam bentuk audiovisual yang lebih mudah digunakan untuk memperkenalkan identitas dan kegiatan pondok kepada masyarakat. Video tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh pihak pondok sebagai media pendukung dalam penyebaran informasi dan promosi melalui media digital.

Hasil kegiatan berupa video profil kemudian dapat digunakan oleh pihak Pondok Pesantren At-Taufiq sebagai salah satu media informasi yang dapat dibagikan melalui platform digital. Dengan adanya media tersebut, informasi mengenai sejarah, program, dan kegiatan pondok tidak hanya bergantung pada penyampaian secara langsung melalui jaringan pengasuh dan pengurus, tetapi juga dapat diperkenalkan melalui media digital kepada masyarakat yang lebih luas.



Gambar 3. Video Profil Pondok Pesantren At-Taufiq yang Dipublikasikan melalui Instagram.

4. DISKUSI

Kegiatan pendampingan pemanfaatan media digital di Pondok Pesantren At-Taufiq menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial. Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 2,60 pada pre-test menjadi 4,70 pada post-test pada skala 1–5. Peningkatan tersebut terlihat pada beberapa kemampuan, meliputi mengakses dan mengelola akun media sosial, memilih dan mengunggah konten, membuat *Story* atau *Reels*, menentukan informasi yang perlu dicantumkan dalam unggahan, serta menjaga akun media sosial agar tetap aktif dan terkelola. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendampingan memberikan pemahaman dan pengalaman praktis kepada peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana pendukung penyebaran informasi pondok.

Temuan tersebut sejalan dengan kegiatan pendampingan yang dilakukan Meutia et al. pada Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah. Penelitian tersebut juga menggunakan perbandingan *pre-test* dan *post-test* dan melaporkan adanya peningkatan pemahaman pengasuh dalam menggunakan Instagram sebagai sarana *digital branding*. Dengan demikian, hasil pada Pondok Pesantren At-Taufiq memperlihatkan pola yang serupa, yaitu pendampingan tidak hanya memberikan informasi mengenai media sosial, tetapi juga memberikan pengalaman praktik dalam pengelolaan media digital.

Peningkatan kemampuan tersebut menjadi penting karena kondisi awal Pondok Pesantren At-Taufiq menunjukkan bahwa pengelolaan media digital masih membutuhkan penguatan sumber daya manusia. Oleh karena itu, kegiatan tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga melibatkan salah satu pionir pondok agar kemampuan yang telah diperoleh dapat dilanjutkan setelah kegiatan KKN selesai. Dalam konteks ini, media digital ditempatkan sebagai salah satu sarana pendukung untuk memperluas penyebaran informasi mengenai sejarah, program pendidikan, kegiatan, dan potensi Pondok Pesantren At-Taufiq, bukan sebagai satu-satunya solusi terhadap permasalahan penurunan jumlah santri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, permasalahan utama yang ditemukan di Pondok Pesantren At-Taufiq adalah menurunnya jumlah santri dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut berkaitan dengan beberapa faktor, seperti regenerasi pengelola yang belum optimal, persaingan dengan pondok pesantren lain, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media digital. Selain itu, pengenalan pondok kepada masyarakat masih banyak mengandalkan jaringan pengasuh, pengurus, dan masyarakat sekitar. Kondisi tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam mengembangkan media digital sebagai sarana pendukung untuk memperluas penyebaran informasi mengenai pondok.

Pemanfaatan media digital tersebut kemudian diwujudkan melalui pembuatan video profil Pondok Pesantren At-Taufiq. Video memuat informasi mengenai sejarah pondok, program pendidikan, kegiatan santri, serta lingkungan pondok. Pembuatan video profil menjadi salah satu bentuk inovasi yang dapat membantu mengemas informasi mengenai pondok dalam bentuk audiovisual sehingga dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi. Hal ini sejalan dengan penelitian Aghnia dan Kusumandyoko yang menunjukkan bahwa video profil dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai program dan fasilitas pondok pesantren sebagai media informasi yang lebih adaptif.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi salah satu sarana pendukung dalam memperkenalkan identitas dan kegiatan Pondok Pesantren At-Taufiq kepada masyarakat yang lebih luas. Cendikia et al. menjelaskan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana digitalisasi informasi dan *branding* pondok pesantren, terutama untuk membantu memperkenalkan lembaga kepada masyarakat yang sebelumnya belum banyak mengetahui keberadaan pondok. Sementara itu, Ghazali dan Nasrullah menunjukkan bahwa media sosial pada lembaga pesantren dapat dimanfaatkan untuk komunikasi, penyampaian informasi, edukasi, dan *image branding*.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak menempatkan media digital sebagai satu-satunya solusi atas penurunan jumlah santri. Pemanfaatan media digital diposisikan sebagai salah

satu ruang inovasi yang dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Pondok Pesantren At-Taufiq. Hasil yang diberikan berupa media profil serta pendampingan pengelolaan media digital yang dapat dimanfaatkan oleh pihak pondok untuk mendukung penyebaran informasi dan promosi secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di Pondok Pesantren At-Taufiq Sengkaling, Malang, ditemukan bahwa permasalahan utama yang dihadapi pondok adalah menurunnya jumlah santri dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut berkaitan dengan beberapa faktor, yaitu regenerasi pengelola yang belum optimal, persaingan dengan pondok pesantren lain, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media digital. Selain itu, pengenalan Pondok Pesantren At-Taufiq masih banyak bertumpu pada jaringan pengasuh dan pengurus serta masyarakat di wilayah sekitar.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKN mengembangkan pemanfaatan media digital sebagai salah satu upaya pendukung dalam memperkuat pengenalan dan promosi pondok. Program yang dilaksanakan meliputi pendampingan pengelolaan media digital, pelibatan salah satu pionir pondok, pemulihan akun media sosial yang mengalami kendala, serta pembuatan video profil dan video promosi. Video profil memuat informasi mengenai sejarah, program pendidikan, kegiatan, dan karakteristik Pondok Pesantren At-Taufiq sehingga dapat digunakan sebagai media informasi bagi masyarakat yang lebih luas.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pondok Pesantren At-Taufiq telah memiliki media profil yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung penyebaran informasi dan promosi pondok, serta adanya pengalaman dan pendampingan dalam pemanfaatan media digital yang dapat dilanjutkan oleh pihak pondok. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk upaya untuk mendukung penguatan promosi dan pengenalan potensi Pondok Pesantren At-Taufiq secara berkelanjutan, tanpa menempatkan digitalisasi sebagai satu-satunya solusi atas permasalahan penurunan jumlah santri.

PENGAKUAN/*ACKNOWLEDGEMENTS*

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Swt., karya ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa menjadi tempat pulang, sumber doa, kekuatan, dan alasan untuk terus melangkah. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tidak pernah berkurang, serta dukungan yang selalu diberikan dalam setiap proses yang penulis jalani.

Karya ini juga penulis persembahkan kepada keluarga yang selalu memberikan semangat dan menjadi bagian penting dalam perjalanan pendidikan penulis. Setiap dukungan, perhatian, dan doa yang diberikan menjadi kekuatan tersendiri hingga karya ini dapat diselesaikan.

Untuk para dosen dan seluruh pihak yang telah membimbing serta mendampingi penulis selama proses perkuliahan dan pelaksanaan KKN, terima kasih atas ilmu, arahan, dan pengalaman yang telah diberikan. Setiap pembelajaran yang diperoleh menjadi bekal berharga bagi penulis untuk terus berkembang.

Untuk teman-teman seperjuangan KKN Kelompok 5, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh cerita, proses, tantangan, dan kebersamaan. Terima kasih telah saling membantu, menguatkan, dan menyelesaikan setiap proses bersama hingga kegiatan ini dapat terlaksana.

Terakhir, karya ini penulis persembahkan untuk diri sendiri. Terima kasih telah bertahan melewati setiap lelah, ragu, dan kesulitan. Terima kasih karena tetap memilih untuk melangkah meskipun tidak selalu mudah. Semoga setiap proses yang telah dilalui menjadi pengalaman yang berharga, dan setiap langkah ke depan dapat membawa penulis menjadi pribadi yang lebih baik.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi bagian kecil dari perjalanan panjang yang penuh manfaat dan keberkahan.

DAFTAR REFERENSI

Aghnia, Itmamatul, dan Tri Cahyo Kusumandyoko. 2022. "Perancangan Video Profil Pondok Pesantren Qomaruddin Bungah Gresik." *BARIK* 3, no. 2: 202–212.

Aulia, Anugerah Tesa, Ignatius Agung Satyawan, dan Albert Muhammad Isrun Naini. 2022. "The Influence of Social Media of Universitas Negeri Yogyakarta Gunungkidul Campus to Create Brand Image on Student Decision Making." *Informasi* 52, no. 1: 83–96.

Cendikia, Feranza, Dina Larasinta, Muhammad Lu'lu Will Qolby, Aditya Candra Lesmana, dan Ardi Maulana Nugraha. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Digitalisasi Informasi dan Branding Pondok Pesantren Al-Bayum." *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat* 4, no. 1: 24–32.

Ghazali, Ziyadul Ifdhal, dan Nasrullah. 2024. "Strategi Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar dalam Membangun Image Branding di Media Sosial." *re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management)* 7, no. 1: 70–82.

Meutia, Nur Shabrina, Endang Sulistiyani, Ima Kurniastuti, Rita Sari, dan Yauwan Tobing Lukiyono. 2023. "Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Digital Branding pada Pondok Pesantren Al-Muin Syarif Hidayatullah." *Journal of Dedicators Community* 7, no. 1: 25–32.

Rohandi, Manda, dan Nurlaila Husain. 2022. "Pemberdayaan Masyarakat Desa Gandaria melalui Pendampingan Perencanaan dan Pelaksanaan RKPDes." *Devotion: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Bidang Pendidikan, Sains dan Teknologi* 1, no. 2: 16–22.