

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM KEAGAMAAN SEKOLAH MELALUI INSTAGRAM: STUDI NETNOGRAFI SD AL-MUTTAQIEN KENJERAN SURABAYA

Davina Safa Rohman¹, Fairuz Habibah², Nichi Aulia Zahra³, Syarifah⁴, Cecep Sobar Rochmat⁵

¹Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; davinasafa985@gmail.com

²Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; fairuzhabibah1710@gmail.com

³Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; nichijavany@gmail.com

⁴Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; syarifah@unida.gontor.ac.id

⁵Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; cecep.rochmat@unida.gontor.ac.id

Corresponden E-mail: davinasafa985@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2026-04-17

Revised 2026-04-25

Accepted 2026-04-30

ABSTRAK

Penelitian ini disusun untuk mengkaji bagaimana program-program keagamaan sebuah sekolah ditampilkan melalui akun Instagram, sekaligus menelusuri cara masyarakat memaknai tampilan tersebut dalam proses menumbuhkan kepercayaan publik terhadap sekolah Islam. Kajian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode netnografi observasional pada akun Instagram resmi SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya. Data dihimpun lewat pengamatan daring, penelusuran dokumentasi digital, serta pencermatan jejak digital berupa unggahan, keterangan foto (caption), komentar, dan berbagai bentuk keterlibatan pengguna. Proses analisis mengikuti tahapan pencelupan data (data immersion), pengodean terbuka, pengodean aksial, pengodean selektif, hingga penyusunan tema. Temuan memperlihatkan bahwa penyajian program keagamaan secara konsisten menumbuhkan pandangan positif dari masyarakat, tercermin dari munculnya apresiasi religius, dukungan komunitas, penguatan nilai pendidikan, dan meningkatnya rasa percaya terhadap sekolah sebagai institusi. Artikel ini juga mengajukan Digital Islamic Trust Building Model (DITBM), yang menggambarkan bagaimana representasi digital program keagamaan mendorong keterlibatan warganet, membentuk pemaknaan bersama, memperkuat kepercayaan publik, hingga akhirnya turut mengangkat reputasi sekolah Islam tersebut. Temuan ini memperkaya kajian netnografi dalam bidang Pendidikan Islam sekaligus memberi masukan praktis bagi pengelolaan media sosial sekolah sebagai sarana komunikasi pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai keislaman.

Kata Kunci: Netnografi; Media Sosial; Instagram; Pendidikan Islam; Kepercayaan Publik; Branding Sekolah

ABSTRACT

This article examines how a school's religious programs are portrayed through Instagram and how the public interprets that portrayal in building trust toward the Islamic school. Using a qualitative approach grounded in observational netnography, the study focused on the official Instagram

account of SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya. Data were gathered through online observation, digital documentation, and the tracing of digital traces such as posts, captions, comments, and user engagement. The analytical process moved through data immersion, open coding, axial coding, selective coding, and theme development. Findings indicate that the consistent portrayal of religious programs cultivates favorable public perception, marked by religious appreciation, community support, recognition of educational value, and growing institutional trust. Building on these findings, the study puts forward a Digital Islamic Trust Building Model (DITBM), illustrating how the digital portrayal of religious activities stimulates community engagement, shapes collective meaning-making, reinforces public trust, and ultimately strengthens the reputation of the Islamic school. The study contributes to the growing body of netnographic research in Islamic education and offers practical guidance for managing school social media as a value-based educational communication tool.

Keyword: Netnography; Social Media; Instagram; Islamic Education; Public Trust; School Branding.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Davina Safa Rohman

Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; davinasa985@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi turut mengubah cara masyarakat berinteraksi, tidak terkecuali pada sektor pendidikan. Fungsi media sosial kini melampaui sekadar sarana berkomunikasi; ia telah berubah menjadi ruang publik digital yang dimanfaatkan lembaga pendidikan untuk menyebarkan informasi, membentuk citra kelembagaan, serta merajut hubungan dengan siswa, orang tua, maupun masyarakat luas. Khusus bagi sekolah berlandaskan Islam, media sosial juga tumbuh menjadi sarana penanaman nilai-nilai keagamaan melalui publikasi kegiatan seperti salat berjamaah, tahfiz Al-Qur'an, peringatan hari besar Islam, kajian keislaman, hingga program penguatan karakter religius. Pemanfaatan media sosial dalam ranah pendidikan agama memperlihatkan bahwa transformasi digital memperluas ruang dakwah sekaligus mempererat komunikasi antara sekolah dan masyarakat (Sajdah & Dwistia, 2022; Laily et al., 2022).

Program keagamaan menjadi salah satu wujud nyata dari visi dan budaya sekolah dalam membentuk karakter peserta didik pada ranah spiritual, moral, dan sosial. Ditinjau dari perspektif manajemen berbasis sekolah, keberhasilan program semacam ini tidak semata ditentukan oleh perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan sekolah, melainkan juga oleh dukungan dan keterlibatan masyarakat selaku salah satu pemangku kepentingan. Karena itulah media sosial hadir sebagai ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan apresiasi, kritik, maupun masukan atas berbagai program keagamaan yang dipublikasikan sekolah.

Bentuk interaksi tersebut sekaligus mencerminkan cara masyarakat menilai mutu layanan pendidikan dan identitas religius sekolah.

Sebagai salah satu platform yang banyak digunakan sekolah, Instagram berfungsi ganda: menjadi media publikasi kegiatan sekaligus sarana menjalin kedekatan dengan masyarakat. Unggahan seputar kegiatan keagamaan kerap memperoleh tanggapan berupa komentar, tanda suka, maupun perbincangan antarpengguna. Dari interaksi tersebut tercipta jejak digital yang bisa ditelusuri untuk memahami cara masyarakat memaknai program keagamaan yang dijalankan sekolah. Berbagai kajian tentang lembaga pendidikan Islam turut menegaskan bahwa media sosial telah menjelma menjadi ruang publik baru bagi sekolah untuk membangun identitas kelembagaan sekaligus menjaring umpan balik dari masyarakat.

Kajian seputar media sosial dalam dunia pendidikan sesungguhnya telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih terpusat pada efektivitasnya sebagai media pembelajaran, sarana dakwah, atau alat promosi sekolah. Penelitian yang secara spesifik menyoroti persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah melalui interaksi di media sosial—terlebih dengan pendekatan netnografi—masih tergolong jarang dilakukan. Padahal pendekatan netnografi memungkinkan peneliti menyelami budaya digital, pola komunikasi, serta konstruksi makna yang dibangun masyarakat lewat komentar dan interaksi di media sosial. Atas dasar itu, penelitian ini berupaya menawarkan sudut pandang berbeda karena tidak hanya menelaah konten yang diunggah sekolah, tetapi juga mencermati respons masyarakat sebagai bagian dari evaluasi program sekolah.

Bertolak dari pemaparan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah melalui media sosial dengan memakai pendekatan netnografi pada akun Instagram SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya. Diharapkan hasil kajian ini dapat menyumbang pemikiran bagi pengembangan manajemen berbasis sekolah, khususnya pada aspek hubungan sekolah dengan masyarakat, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi sekolah dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, publikasi, dan penguatan budaya religius di era digital.

2. METODE

Kajian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode netnografi observasional guna menelaah persepsi masyarakat terhadap program keagamaan yang dipublikasikan lewat akun Instagram resmi SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya. Metode netnografi dipilih karena dinilai mampu menggali interaksi, makna, dan praktik komunikasi yang tumbuh secara alami dalam komunitas digital tanpa campur tangan peneliti. Peneliti berposisi sebagai pengamat pasif yang memanfaatkan jejak digital yang tersedia secara terbuka untuk memahami bagaimana masyarakat memaknai citra sekolah yang berlandaskan nilai-nilai keislaman (Kozinets & Gretzel, 2023).

Tabel 1. Karakteristik Data Penelitian

<i>Jenis Data</i>	<i>Sumber Data</i>	<i>Unit Analisis</i>	<i>Teknik Pengumpulan</i>
-------------------	--------------------	----------------------	---------------------------

<i>Postingan Instagram</i>	Akun resmi SD Al-Muttaqien	Visualisasi program keagamaan	Observasi daring
<i>Caption</i>	Akun resmi	Narasi program	Dokumentasi digital
<i>Komentar pengguna</i>	Pengguna Instagram	Persepsi masyarakat	Dokumentasi dan pengarsipan
<i>Likes</i>	Pengguna Instagram	Tingkat keterlibatan	Observasi
<i>Reels/Video</i>	Akun resmi	Representasi visual	Dokumentasi
<i>Screenshot</i>	Arsip peneliti	Bukti digital	Pengarsipan sistematis

Fokus penelitian diarahkan pada akun Instagram resmi SD Al-Muttaqien yang secara rutin mempublikasikan berbagai program keagamaan, di antaranya pembiasaan salat berjamaah, tahfiz Al-Qur'an, pesantren Ramadan, peringatan hari besar Islam, pembentukan karakter Islami, dan aneka kegiatan sosial keagamaan lainnya. Pengamatan dilakukan terhadap keseluruhan unggahan yang relevan sepanjang rentang waktu penelitian. Unit analisis mencakup unggahan, reels, caption, komentar pengguna, jumlah likes, serta berbagai bentuk keterlibatan digital lain yang menggambarkan respons masyarakat terhadap program keagamaan sekolah (Kessler, Marino, & Liska, 2023).

Tabel 2. Kriteria Inklusi dan Eksklusi Data

Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
Unggahan berkaitan dengan program keagamaan	Unggahan di luar tema penelitian
Komentar berasal dari akun publik	Spam dan promosi
Komentar relevan dengan isi unggahan	Komentar duplikat
Bahasa dapat dipahami	Komentar hanya berupa emoji tanpa konteks
Interaksi tersedia secara publik	Akun privat yang tidak dapat diakses

Proses pengumpulan data ditempuh melalui pengamatan daring, penelusuran dokumentasi digital, dan pengarsipan jejak digital. Setiap unggahan dan komentar yang memenuhi kriteria penelitian direkam melalui tangkapan layar dan dicatat pada catatan lapangan digital. Pemilihan data mengikuti teknik purposive sampling, yakni hanya unggahan dan komentar yang berkaitan langsung dengan program keagamaan sekolah yang diambil. Komentar bermuatan spam, promosi, duplikasi, atau tidak relevan dengan fokus kajian disingkirkan dari proses analisis agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan program keagamaan (Kozinets & Gretzel, 2022).

Tabel 3. Tahapan Pengumpulan Data

Tahapan	Aktivitas	Luaran
Identifikasi akun	Menentukan akun Instagram resmi sekolah	Unit observasi
Observasi daring	Mengamati unggahan program keagamaan	Digital traces
Dokumentasi	Screenshot, caption, komentar	Arsip digital
Organisasi data	Pengelompokan berdasarkan tema	Database penelitian
Verifikasi	Pemeriksaan ulang kelengkapan data	Data siap dianalisis

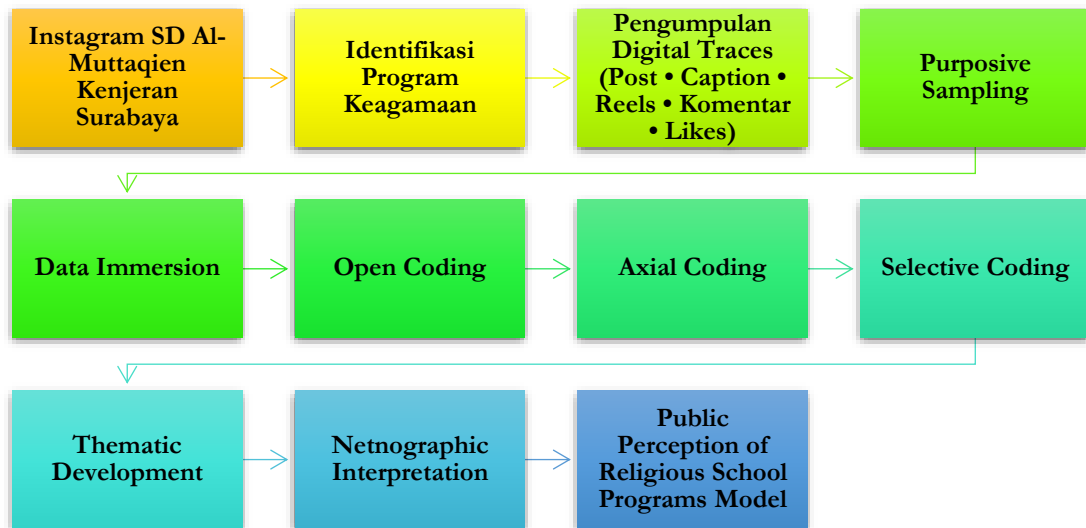
Data dianalisis menggunakan analisis tematik yang dipadukan dengan prosedur netnografi, meliputi tahap data immersion, open coding, axial coding, selective coding, dan theme development. Pada tahap data immersion, peneliti berulang kali membaca dan mencermati seluruh data untuk memahami konteks komunikasi digital yang terjadi. Selanjutnya, open coding diterapkan pada komentar pengguna untuk menjangkau makna-makna penting, yang kemudian dirangkai menjadi kategori konseptual melalui axial

coding. Tahap selective coding digunakan untuk merumuskan tema-tema utama yang menggambarkan pola persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah, yang kemudian dimaknai melalui sudut pandang komunikasi digital, branding pendidikan, dan pendidikan Islam (Serafinelli & O'Hagan, 2022).

Tabel 4. Contoh Proses Coding

<i>Kutipan Komentar</i>	<i>Open Coding</i>	<i>Axial Coding</i>	<i>Tema</i>
"Masya Allah, semoga istiqamah."	Apresiasi	Religious Appreciation	Dukungan masyarakat
"Saya tertarik menyekolahkan anak di sini."	Minat	Institutional Trust	Kepercayaan
"Program tahfiznya sangat bagus."	Penilaian positif	Religious Branding	Citra sekolah
"Semoga semakin maju."	Harapan	Community Support	Dukungan publik

Keabsahan data dijaga dengan menerapkan prinsip trustworthiness yang mencakup credibility, transferability, dependability, dan confirmability. Kredibilitas diperkuat melalui triangulasi sumber, pengamatan berulang, serta pendokumentasian sistematis atas seluruh jejak digital yang dikaji (Kessler, Marino, & Liska, 2023). Dependabilitas dijaga lewat penyusunan audit trail yang merekam seluruh tahapan penelitian, sementara konfirmabilitas ditempuh melalui refleksi peneliti serta verifikasi hasil analisis terhadap data asli. Penelitian ini juga menjunjung prinsip etika penelitian digital dengan hanya memanfaatkan data dari akun publik, tidak melakukan intervensi terhadap komunitas digital, serta menyamarkan identitas pengguna pada setiap kutipan komentar yang dicantumkan dalam laporan hasil penelitian (Kozinets & Gretzel, 2023).



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian Netnografi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Program Keagamaan Sekolah melalui Media Sosial Instagram

Tabel 5. Representasi Konten Program Keagamaan pada Akun Instagram SD Al-Muttaqien

No	Jenis Program	Bentuk Konten	Frekuensi Posting	Bentuk Representasi	Engagement (Like/Komentar)
1	Tahfiz Al-Qur'an	Foto, Reels	12	Pembiasaan Qur'ani	245 / 36
2	Salat Berjamaah	Foto	8	Disiplin spiritual	180 / 24
3	Pesantren Ramadan	Reels	10	Budaya religius	386 / 57
4	PHBI	Carousel	6	Tradisi Islam	214 / 28
5	Sedekah Sosial	Reels	5	Kepedulian sosial	275 / 31
6	Doa Harian	Poster	9	Internalisasi karakter	142 / 18

Pengamatan memperlihatkan bahwa akun Instagram SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya secara rutin menampilkan identitas sekolah lewat publikasi beragam program keagamaan. Sepanjang periode pengamatan, konten yang muncul didominasi kegiatan tahfiz Al-Qur'an, pembiasaan salat berjamaah, pesantren Ramadan, peringatan hari besar Islam, serta kegiatan sosial berlandaskan nilai-nilai keislaman. Penyajian tersebut tidak sebatas menampilkan dokumentasi kegiatan, melainkan turut membangun narasi visual mengenai budaya religius sekolah lewat perpaduan foto, video pendek (reels), caption yang reflektif, dan interaksi digital bersama pengguna Instagram.

Merujuk pada Tabel 5, program Pesantren Ramadan tercatat memperoleh tingkat keterlibatan tertinggi dibanding program lainnya, tampak dari jumlah likes dan komentar yang jauh lebih banyak dibandingkan unggahan kegiatan rutin harian. Temuan ini

mengindikasikan bahwa konten yang mengandung muatan emosional, spiritual, dan partisipatif cenderung memicu respons publik yang lebih luas dibandingkan konten yang sekadar bersifat informatif.

Tabel 6. Representasi Nilai Keagamaan dalam Konten Instagram

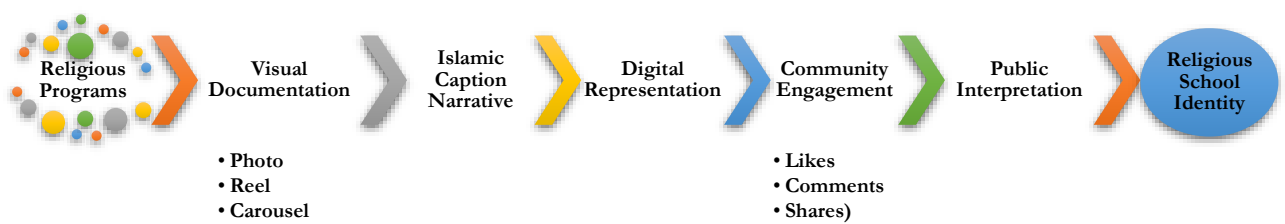
Tema Program	Nilai Islam	Representasi Visual	Narasi Caption
<i>Tahfiz</i>	Qur'ani	Santri menghafal Al-Qur'an	Membiasakan cinta Al-Qur'an
<i>Shalat</i>	Disiplin	Jamaah berjamaah	Menanamkan kedisiplinan ibadah
<i>Sedekah</i>	Ukhuwah	Berbagi kepada masyarakat	Belajar peduli
<i>Ramadhan</i>	Spiritual	Pesantren Ramadhan	Meningkatkan iman dan takwa
<i>PHBI</i>	Identitas Islam	Perayaan keagamaan	Menanamkan kecintaan kepada Islam

Temuan menunjukkan bahwa penyajian program keagamaan di Instagram tidak lagi sebatas berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan sekolah, melainkan telah berkembang menjadi strategi komunikasi kelembagaan yang membentuk identitas religius secara digital (Salsabila et al., 2023). Visualisasi kegiatan keagamaan, pemakaian caption reflektif, serta keajekan publikasi bersama-sama membentuk narasi institusional yang memperkuat pandangan masyarakat terhadap karakter sekolah Islam. Temuan ini sejalan dengan perkembangan kajian netnografi yang memandang media sosial sebagai ruang produksi makna kolektif, tempat identitas organisasi dibangun lewat interaksi simbolik antara institusi dan komunitas digital (Kozinets & Gretzel, 2023).

Selain itu, dominannya konten tahfiz Al-Qur'an dan pesantren Ramadan memperlihatkan bahwa sekolah secara sengaja membangun religious visual identity lewat penyajian aktivitas keagamaan, baik yang bersifat rutin maupun insidental. Strategi ini menunjukkan bahwa simbol visual, ekspresi religius, dan praktik pembiasaan berfungsi sekaligus sebagai media penyampaian nilai dan instrumen pembentukan citra lembaga pendidikan Islam. Fenomena tersebut selaras dengan temuan Perez et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa konten pendidikan yang menghadirkan pengalaman autentik peserta didik lebih mampu membangun keterlibatan digital dibandingkan konten yang sekadar menyampaikan informasi administratif.

Interpretasi ini menegaskan bahwa proses representasi pada akun Instagram sekolah bukanlah proses yang pasif, melainkan bagian dari praktik digital meaning construction—yaitu proses ketika publik menafsirkan identitas lembaga lewat perpaduan visual, narasi, dan interaksi digital (Fairuziah et al., 2024). Dengan begitu, Instagram berperan sebagai ruang negosiasi makna antara sekolah dan masyarakat, sehingga citra kelembagaan tidak semata dibentuk oleh pesan yang dipublikasikan, tetapi juga oleh respons komunitas digital atas pesan tersebut. Pandangan ini memperkuat argumen bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi komunikasi pendidikan di era digital (Dutta & Sharma, 2023).

Ditinjau dari perspektif Pendidikan Islam, konsistensi penyajian program keagamaan memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana penanaman nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Publikasi kegiatan tahfiz, salat berjamaah, sedekah, dan pembiasaan akhlak tidak hanya menunjukkan pelaksanaan kurikulum tersembunyi (hidden curriculum), tetapi juga membangun kepercayaan publik lewat keterbukaan praktik pendidikan. Karena itu, media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai media promosi, melainkan sebagai ruang pembentukan budaya religius digital yang memperkuat legitimasi sosial sekolah Islam (Saputra & Sofiani, 2024).



Gambar 2. Representation Process of Religious School Programs on Instagram

Persepsi Masyarakat terhadap Program Keagamaan Sekolah melalui Instagram

Tabel 7. Karakteristik Persepsi Masyarakat terhadap Program Keagamaan Sekolah

No	Jenis Program	Jumlah Komentar	Dominasi Persepsi	Contoh Respons
1	Tahfiz Al-Qur'an	42	Apresiasi religius	"Masya Allah, semoga istiqamah."
2	Salat Berjamaah	27	Pembentukan karakter	"Anak-anak jadi disiplin."
3	Pesantren Ramadan	51	Kepercayaan publik	"Program seperti ini sangat dibutuhkan."
4	Sedekah Sosial	31	Kepedulian sosial	"Masya Allah, semoga menjadi amal jariyah."
5	PHBI	24	Identitas keislaman	"Bangga melihat sekolah yang menjaga tradisi Islam."

Pengamatan memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat terhadap program keagamaan yang dipublikasikan lewat akun Instagram SD Al-Muttaqien didominasi tanggapan positif. Mayoritas komentar mencerminkan apresiasi terhadap pelaksanaan pendidikan Islam yang tampak dari kegiatan tahfiz Al-Qur'an, pembiasaan salat berjamaah, pesantren Ramadan, serta kegiatan sosial berlandaskan nilai-nilai Islam. Selain memberi penilaian atas kegiatan yang dipublikasikan, masyarakat juga menyampaikan harapan agar program-program tersebut terus dipertahankan dan dikembangkan sebagai bagian dari pembentukan karakter peserta didik.

Pengamatan atas komentar pengguna pada unggahan program keagamaan memperlihatkan bahwa tanggapan masyarakat didominasi oleh apresiasi religius, dukungan moral, dan kepercayaan terhadap pelaksanaan pendidikan Islam di SD Al-Muttaqien. Guna menjaga kerahasiaan identitas pengguna, setiap komentar disamarkan dengan kode P1, P2, P3, dan seterusnya. Penyajian kutipan ini dimaksudkan untuk memperlihatkan keterkaitan langsung antara data empiris dengan proses open coding dan pembentukan tema penelitian.

Tabel 8. Open Coding Komentar Pengguna Instagram

<i>Kode Partisipan</i>	<i>Kutipan Komentar</i>	<i>Open Code</i>
P1	"Masya Allah, semoga Allah selalu memberikan keberkahan..."	Religious Appreciation
P2	"Program tahfiz seperti ini sangat bagus..."	Positive Evaluation
P3	"Saya semakin yakin menyekolahkan anak..."	Institutional Trust
P4	"Semoga istiqamah..."	Moral Support
P5	"Sangat bermanfaat bagi pendidikan karakter..."	Character Education

Kutipan-kutipan tersebut memperlihatkan bahwa tanggapan masyarakat tidak sebatas ungkapan apresiasi terhadap kegiatan yang dipublikasikan, tetapi juga mencerminkan kepercayaan terhadap mutu pendidikan Islam yang diselenggarakan sekolah. Pola tanggapan ini selanjutnya dianalisis lewat proses open coding, axial coding, dan selective coding guna menjangkau tema-tema utama persepsi masyarakat. Proses open coding memperlihatkan bahwa sebagian besar komentar memuat ekspresi religius dan dukungan moral terhadap program keagamaan sekolah. Ungkapan seperti Masya Allah, Barakallah, Alhamdulillah, dan Aamiin muncul berulang kali sebagai bentuk apresiasi sekaligus pengakuan religius masyarakat atas aktivitas yang dipublikasikan.

Tabel 9. Pengelompokan Kategori Persepsi

<i>Open Code</i>	<i>Axial Coding</i>
<i>Religious Appreciation</i>	Religious Response
<i>Moral Support</i>	Community Support
<i>School Interest</i>	Institutional Trust
<i>Positive Evaluation</i>	Positive Perception
<i>Religious Expression</i>	Islamic Identity

Hasil axial coding memperlihatkan bahwa beragam bentuk tanggapan masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori utama, yaitu religious response, community support, institutional trust, positive perception, dan Islamic identity. Kelima kategori ini memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat tidak hanya terpusat pada mutu program keagamaan, tetapi juga pada identitas kelembagaan sekolah sebagai institusi pendidikan Islam.

Tabel 10. Tema Utama Persepsi Masyarakat

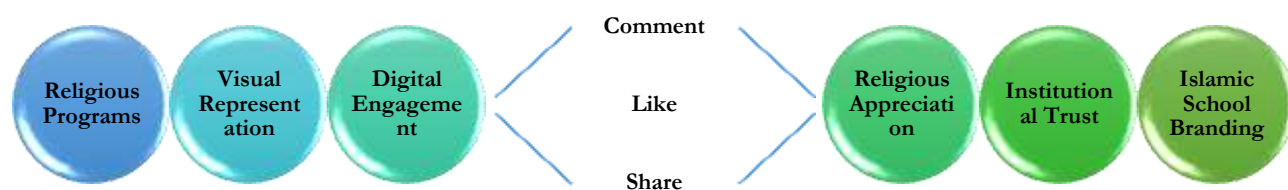
Tema	Makna
Religious Appreciation	Apresiasi terhadap nilai-nilai Islam
Institutional Trust	Kepercayaan terhadap sekolah
Community Engagement	Partisipasi masyarakat
Islamic School Branding	Penguatan citra sekolah
Digital Religious Identity	Identitas religius digital

Melalui proses selective coding, tersusun lima tema utama yang menggambarkan konstruksi persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah. Tema-tema tersebut saling terkait dan memperlihatkan bahwa publik tidak sekadar memberi tanggapan atas konten yang dipublikasikan, melainkan juga turut membangun makna kolektif mengenai identitas sekolah lewat interaksi digital yang berlangsung secara berkelanjutan (Puspita et al., 2023).

Temuan memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah terbentuk lewat proses penafsiran atas representasi visual, narasi caption, dan interaksi digital yang muncul di Instagram. Tanggapan berupa ungkapan religius, dukungan moral, dan kepercayaan terhadap sekolah mengindikasikan bahwa masyarakat tidak sekadar menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk makna kolektif mengenai identitas sekolah. Fenomena ini selaras dengan pandangan Kozinets dan Gretzel (2023) bahwa komunitas digital merupakan ruang sosial tempat identitas organisasi dinegosiasikan lewat interaksi simbolik dan partisipasi pengguna.

Selanjutnya, menurut Irawan dan Nastasya (2023), dominasi komentar yang mengungkapkan apresiasi religius menandakan bahwa publik memaknai program keagamaan sebagai penanda mutu pendidikan Islam. Dengan kata lain, persepsi masyarakat tidak semata dibentuk oleh seberapa sering sekolah mempublikasikan konten, melainkan oleh konsistensi sekolah dalam menghadirkan praktik pendidikan yang autentik. Hal ini mendukung temuan Perez et al. (2023) bahwa konten pendidikan yang menghadirkan pengalaman nyata peserta didik mampu meningkatkan engagement dan mempererat ikatan emosional antara lembaga pendidikan dan masyarakat.

Dilihat dari perspektif Pendidikan Islam, temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang dakwah sekaligus media komunikasi kelembagaan (Indriani & Syamsudin, 2023). Publikasi kegiatan tahfiz, salat berjamaah, sedekah, dan pembiasaan akhlak tidak sebatas berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi sarana penanaman nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Oleh sebab itu, persepsi positif yang tumbuh dalam komunitas digital merupakan bentuk legitimasi sosial atas pelaksanaan pendidikan Islam yang dijalankan sekolah (Fairuziah et al., 2024).



Gambar 3 Public Perception Formation Model

Instagram SD Al-Muttaqien sebagai Media Konstruksi Citra Sekolah Islam

Pemanfaatan media sosial oleh lembaga pendidikan dewasa ini tidak lagi sebatas sarana penyampaian informasi, tetapi juga telah menjadi media pembentuk citra lembaga di ruang digital. Sekolah dapat membangun identitas dan memperkenalkan nilai-nilai khasnya lewat berbagai bentuk konten yang dipublikasikan kepada masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, akun Instagram SD Al-Muttaqien Surabaya dapat dipahami sebagai ruang digital yang merepresentasikan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam. Nafilah & Diana (2025); Fairuziah et al. (2024).

SD Al-Muttaqien Surabaya merupakan lembaga pendidikan Islam yang berorientasi pada pembentukan peserta didik yang beriman, berakhlak, dan berprestasi, sebagaimana tercermin dalam visi lembaga yang menekankan aspek keimanan, pembentukan akhlak Islami, serta pengembangan prestasi peserta didik. Karena itu, publikasi kegiatan sekolah lewat media sosial memegang peran penting dalam memperlihatkan bagaimana nilai-nilai tersebut diwujudkan dalam kehidupan sekolah sehari-hari. Profil resmi SD Al-Muttaqien; Masyrik & Aripin (2025); Henita et al. (2025).

Lewat akun Instagram sekolah, berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pendidikan keagamaan dapat menjadi bentuk komunikasi simbolik kepada masyarakat. Dokumentasi kegiatan seperti pembiasaan ibadah, aktivitas Al-Qur'an, kegiatan Ramadan, peringatan hari besar Islam, maupun pembentukan karakter religius menjadi pesan visual bahwa sekolah tidak hanya berorientasi pada aspek akademik, tetapi juga pada pembentukan kepribadian peserta didik. (Damayanti & Fanan (2025);)

Menurut Kurniawan dan Lestari (2022), media sosial dalam konteks lembaga pendidikan berfungsi sebagai media branding yang mampu membentuk persepsi publik terhadap mutu dan karakter suatu institusi. Konten yang konsisten dan selaras dengan nilai lembaga dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Dengan begitu, akun Instagram SD Al-Muttaqien tidak sebatas berperan sebagai media dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi sekolah dalam membangun citra sebagai lembaga pendidikan Islam yang peduli terhadap pendidikan karakter dan nilai keagamaan.

Makna Program Keagamaan Sekolah dalam Perspektif Masyarakat Digital

Dalam pendekatan netnografi, media sosial dipandang sebagai ruang budaya digital tempat masyarakat memberi makna terhadap suatu informasi. Program keagamaan sekolah yang ditampilkan lewat Instagram tidak semata dilihat sebagai aktivitas formal sekolah,

melainkan juga dimaknai masyarakat berdasarkan pengalaman, nilai, dan harapan mereka terhadap pendidikan anak. (Hidayatullah & Winduwati, 2023).

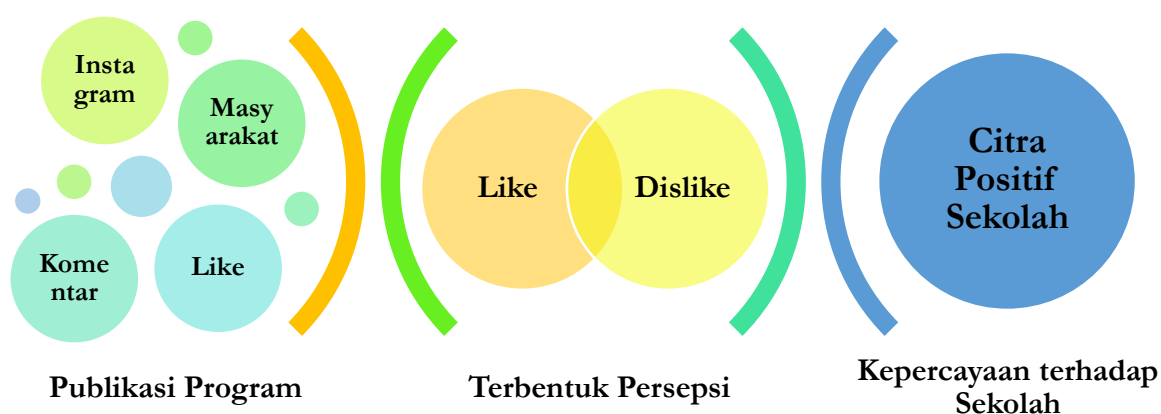
Pada akun Instagram SD Al-Muttaqien, penyajian konten keagamaan dapat menjadi sarana untuk memperlihatkan praktik pendidikan Islam secara nyata. Masyarakat, terutama orang tua peserta didik, dapat memperoleh gambaran mengenai cara sekolah membangun lingkungan religius lewat kegiatan sehari-hari. Hal ini penting sebab keputusan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan sering kali tidak hanya dipengaruhi mutu akademik, tetapi juga kesesuaian nilai pendidikan dengan harapan keluarga. (Setiawan & Hidayati, 2023). Kajian mengenai komunikasi pendidikan Islam lewat media digital memperlihatkan bahwa media sosial mampu memperluas hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Media digital memberi peluang bagi sekolah untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka sehingga masyarakat dapat mengetahui aktivitas dan nilai yang dikembangkan lembaga pendidikan (Fauzi & Rahmawati, 2023).

Dalam perspektif netnografi, tanggapan masyarakat terhadap konten Instagram—baik berupa komentar positif, dukungan, apresiasi, maupun bentuk interaksi lainnya—dapat menjadi penanda bahwa pesan keagamaan yang disampaikan sekolah diterima baik oleh komunitas digital. Interaksi tersebut memperlihatkan adanya hubungan timbal balik antara sekolah selaku penghasil pesan dan masyarakat selaku pengguna media.

Peran Visualisasi Konten Keagamaan dalam Membentuk Kepercayaan Masyarakat

Salah satu kekuatan utama Instagram terletak pada daya komunikasi visualnya. Foto, video pendek, desain grafis, serta narasi singkat mampu menyampaikan pesan secara cepat kepada pengguna. Dalam konteks pendidikan Islam, visualisasi kegiatan keagamaan dapat menjadi strategi untuk memperlihatkan praktik nilai agama secara konkret. SD Al-Muttaqien memiliki beragam program yang berkaitan dengan pembentukan karakter Islami, seperti pembelajaran Al-Qur'an, pembiasaan ibadah, serta pengembangan akhlak peserta didik. Profil sekolah memperlihatkan komitmen lembaga ini dalam membentuk peserta didik yang mampu membaca Al-Qur'an, menghafal, serta berperilaku Islami. (Lutfi, Saputra, Dewi, & Sofiani, 2025).

Lewat publikasi kegiatan tersebut di media sosial, masyarakat dapat menyaksikan bukti nyata pelaksanaan nilai keislaman yang diterapkan sekolah. Hal ini sejalan dengan pandangan Rahman dan Hidayat (2024) bahwa media sosial pendidikan dapat menjadi media transparansi lembaga karena masyarakat bisa mengamati aktivitas sekolah secara langsung lewat konten digital. Meski demikian, dari sudut pandang kritis, pemanfaatan Instagram sebagai media pendidikan keagamaan perlu memperhatikan keseimbangan antara aspek publikasi dan substansi pendidikan. Artinya, kegiatan keagamaan tidak semata ditampilkan sebagai upaya pencitraan lembaga, tetapi harus tetap mencerminkan proses pendidikan yang benar-benar berlangsung di lingkungan sekolah. (Syahfira, Siregar, & Purwaningtyas, 2023)



Gambar 4. Theme Network of Public Perception toward Religious School Programs on Instagram

Berdasarkan proses *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*, persepsi masyarakat terhadap program keagamaan sekolah membentuk lima tema utama, yakni religious appreciation, community engagement, educational values, institutional trust, dan positive public perception. Kelima tema tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling terkait dalam membentuk Islamic School Branding sebagai tema inti. Jaringan tema ini memperlihatkan bahwa publik tidak sekadar menilai kegiatan keagamaan sebagai aktivitas pendidikan, tetapi juga mengaitkannya dengan kredibilitas lembaga, mutu pendidikan, dan identitas religius sekolah.

Analisis Netnografi terhadap Hubungan Sekolah dan Komunitas Digital

Pendekatan netnografi dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa Instagram dapat dipahami sebagai komunitas digital yang mempertemukan sekolah dengan masyarakat. Hubungan ini terjalin lewat aktivitas berbagi informasi, memberi tanggapan, serta membangun persepsi bersama mengenai program sekolah. Menurut Kozinets (2020), netnografi memungkinkan peneliti memahami budaya dan perilaku komunitas daring lewat pengamatan terhadap interaksi digital yang berlangsung secara alami. Aktivitas pada akun Instagram SD Al-Muttaqien dalam penelitian ini dianalisis untuk mengetahui cara masyarakat memahami dan menanggapi program keagamaan sekolah. Dengan demikian, akun tersebut tidak sebatas menjadi media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya hubungan sosial antara sekolah dan masyarakat. Lewat interaksi digital ini, sekolah dapat mengetahui cara program keagamaan diterima masyarakat sekaligus menjadikannya bahan evaluasi guna meningkatkan strategi komunikasi pendidikan di masa mendatang.

Hasil analisis netnografi memperlihatkan bahwa akun Instagram SD Al-Muttaqien tidak sebatas berfungsi sebagai media publikasi kegiatan sekolah, tetapi juga menjadi ruang interaksi digital yang memungkinkan terjalinnya komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Berbagai bentuk interaksi seperti pemberian likes, komentar, berbagi unggahan, serta

tanggapan terhadap konten program keagamaan memperlihatkan adanya keterlibatan masyarakat dalam mengamati dan memaknai aktivitas yang dipublikasikan sekolah. Interaksi ini menjadi penanda bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan komunikasi sekolah sekaligus mempererat hubungan antara lembaga pendidikan dengan orang tua peserta didik maupun masyarakat luas.

Tabel 11. Dimensi Model DRSBM

<i>Dimensi</i>	<i>Indikator</i>	<i>Evidence</i>
<i>Religious School Programs</i>	Tahfiz, Salat, Ramadan, PHBI, Sedekah	Konten Instagram
<i>Digital Representation</i>	Foto, Reels, Caption	Dokumentasi akun
<i>Digital Engagement</i>	Like, Komentar, Share	Statistik interaksi
<i>Collective Meaning Construction</i>	Religious appreciation, community support	Hasil coding komentar
<i>Institutional Trust</i>	Minat menyekolahkan anak, kepercayaan kepada sekolah	Tema hasil analisis
<i>Islamic School Branding</i>	Citra sekolah religius	Sintesis temuan

Berdasarkan temuan tersebut, pendekatan netnografi memberi pemahaman bahwa komunitas digital yang terbentuk lewat Instagram dapat menjadi sumber informasi berharga dalam mengevaluasi efektivitas komunikasi sekolah. Persepsi, tanggapan, dan keterlibatan masyarakat terhadap konten program keagamaan dapat dijadikan bahan refleksi guna meningkatkan mutu publikasi, memperkuat transparansi, serta mengembangkan strategi komunikasi yang lebih partisipatif. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram tidak hanya berkontribusi membangun citra positif sekolah, tetapi juga mendukung terjalinnya hubungan yang lebih erat antara sekolah dan masyarakat lewat komunikasi digital yang berkelanjutan.



Gambar 5. Model Digital Religious School Branding Model (DRSBM)

Model Digital Religious School Branding Model (DRSBM) memperlihatkan bahwa pembentukan citra sekolah Islam di media sosial berlangsung secara bertahap. Proses ini diawali dengan publikasi program-program keagamaan sekolah lewat Instagram dalam bentuk foto, video, reels, dan narasi visual. Representasi digital tersebut mendorong keterlibatan masyarakat (digital engagement) lewat komentar, tanda suka, dan bentuk

interaksi lainnya. Interaksi ini kemudian melahirkan konstruksi makna kolektif berupa apresiasi religius, pengakuan atas nilai-nilai pendidikan, dan tumbuhnya kepercayaan masyarakat. Pada akhirnya, kepercayaan tersebut memperkuat Islamic School Branding dan turut mendukung reputasi sekolah secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini memperlihatkan bahwa Instagram telah berkembang dari sekadar sarana publikasi kegiatan sekolah menjadi ruang representasi digital yang membentuk persepsi masyarakat terhadap identitas sekolah Islam. Program-program keagamaan seperti tahfiz Al-Qur'an, pembiasaan salat berjamaah, pesantren Ramadan, peringatan hari besar Islam, dan kegiatan sosial keagamaan disajikan lewat narasi visual dan caption yang konsisten sehingga memicu interaksi digital yang positif. Lewat pendekatan netnografi, penelitian ini menemukan bahwa tanggapan masyarakat didominasi apresiasi religius, dukungan komunitas, kepercayaan terhadap institusi, serta penguatan citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang berorientasi pada pembentukan karakter dan nilai-nilai keislaman.

Secara konseptual, penelitian ini mengajukan Digital Islamic Trust Building Model (DITBM) sebagai sumbangan teoretis yang menjelaskan bahwa pembentukan kepercayaan publik terhadap sekolah Islam di media sosial berlangsung lewat tahapan representasi program keagamaan, keterlibatan digital, konstruksi makna kolektif, hingga terbentuknya kepercayaan institusional. Model ini memperluas kajian netnografi dalam Pendidikan Islam dengan memperlihatkan bahwa media sosial tidak sebatas berfungsi sebagai media komunikasi atau promosi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan legitimasi sosial dan identitas kelembagaan berbasis nilai-nilai Islam. Dengan begitu, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru mengenai keterkaitan antara representasi digital, interaksi masyarakat, dan penguatan reputasi sekolah Islam di era digital.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberi masukan bagi pengelola sekolah, pendidik, dan pengambil kebijakan agar media sosial dikelola sebagai bagian dari strategi komunikasi pendidikan yang terpadu dengan penguatan nilai-nilai Islam. Publikasi yang autentik, konsisten, dan berlandaskan aktivitas nyata sekolah terbukti mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat sekaligus membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Penelitian ini masih terbatas pada satu platform media sosial dan satu institusi pendidikan, sehingga penelitian berikutnya disarankan melakukan studi perbandingan pada berbagai sekolah Islam maupun madrasah dengan memanfaatkan beragam platform digital seperti Facebook, TikTok, dan YouTube, atau menggunakan pendekatan mixed methods untuk menguji secara lebih luas keterkaitan antara representasi digital, keterlibatan masyarakat, dan pembentukan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam.

REFERENSI

Fairuziah, I., Risdayah, E., & Cholidah, L. I. (2024). Pemanfaatan media sosial Instagram untuk membentuk citra lembaga pendidikan Taulebih. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 9(2), 207–228. <https://doi.org/10.15575/reputation.v9i2.37364>

Davina Safa Rohman, Fairuz Habibah, Nichi Aulia Zahra, Syarifah, Cecep Sobar Rochmat/Persepsi Masyarakat Terhadap Program Keagamaan Sekolah Melalui Instagram: Studi Netnografi SD Al-Muttaqien Kenjeran Surabaya

- Fauzi, A., & Rahmawati, N. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pendidikan Islam di era digital. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 8(1), 45–56.
- Fikriansyah, F., Pradana, S., Hanifuddin, A., & Safitri, A. (2022). *Transformasi Media Sosial: Dari Media Ekspresi Diri hingga Media Dakwah dan Edukasi*. *Jurnal Ilmu Tarbiyah*, 1(1), 23–36. <https://doi.org/10.566237/jit.v1i1.3>
- Hidayatullah, B. S., & Winduwati, S. (2023). *Selektivitas Gen Z dalam memilih media informasi di Instagram (Studi kasus mahasiswa di Jakarta)*. *Prologia*, 7(2), 398–406. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21430>
- Indriani, I., & Syamsudin, S. (2023). Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga. *Indonesian Journal of Educational Management and Leadership*, 1(1), 106–117. <https://doi.org/10.51214/ijemal.v1i1.531>
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2022). *Netnography*. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.netnography>
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). *Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0*. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160–174. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>
- Lutfi, A., Saputra, G., Dewi, I., & Sofiani, W. (2025). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 06(01), 259–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.46773/svabtm38>
- Muamar, J., & Imtinan, G. H.. (2022). *Instagram as a Medium of Communication Risks Parents to Children During Covid-19 Pandemic: Virtual Parenting Community Netnography Study*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. <https://doi.org/10.46937/20202238987>
- Nafilah, L., & Diana, E. (2025). Strategi media sosial berbantuan Instagram dalam meningkatkan branding image lembaga pendidikan Islam. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.23528>
- Nuzulita, N., Purwanti, E., Taufik, T., Rosyidan, F. Y., & Firdausi, F. (2022). *Peningkatan Kualitas Konten pada Media Sosial Sekolah sebagai Sarana Promosi dan Branding Sekolah di Surabaya*. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 6(2), 395–405. <https://doi.org/10.20473/jlm.v6i2.2022.395-405>
- Puspita, R. E., Jayanthi, R., & Satria, O. (2023). On netnography: Digital promotion to build religion moderation in Indonesia. *Harmoni*, 22(2), 267–286. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i2.708>
- Risuhawianto, I., & Yuliana, L.. (2025). *The Role of Instagram as an Agent for Socialization in Integrated Islamic School at SMP IT Abu Bakar Yogyakarta: A Netnography Study*. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 10(1), 20–37. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v10i1.41999>
- Robert V. Kozinets, & Ulrike Gretzel. (2022). *Netnography*. Dalam *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.netnography>
- Romadhona, A., & Rifqi, A.. (2022). *Peran Media Sosial dalam Mendukung Implementasi Manajemen Humas Sekolah*. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(3).

- Sajdah, M., & Dwistia, H. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 78–93. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.v1i2.94>
- Saputra, A. L. G., & Sofiani, I. D. W. (2024). Pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi pada lembaga pendidikan Islam. *Al-Ibtidaiyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*. <https://doi.org/10.46773/svabtm38>
- Setiawan, D., & Hidayati, D. (2023). *Efektivitas media sosial sebagai sistem informasi manajemen sekolah*. *Academy of Education Journal*, 14(2), 484–493. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1754>
- Kessler, M., Marino, F., & Liska, D. (2023). Netnographic research ethics in applied linguistics: A systematic review of data collection and reporting practices. *Research Methods in Applied Linguistics*, 2(3), 100082. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2023.100082>
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2022)a. Netnography. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.netnography>
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2023)b. Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. *Annals of Tourism Research*, 104, 103693. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103693>
- Perez, E., Manca, S., Fernández-Pascual, R., et al. (2023). Social media as a teaching and learning tool: A systematic review. *Education and Information Technologies*.
- Dutta, A., & Sharma, A. (2023). Netnography and Instagram Community: An Empirical Study. *Business Information Review*.
- Serafinelli, E., & O'Hagan, L. (2022). Researching Instagram: Computer-Mediated Research Methods in Practice. In *SAGE Research Methods: Doing Research Online*. SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781529604009>
- Zulfahmi. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Evaluasi Pembelajaran di Pesantren Jagat 'Arsy*. *Management of Education: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 245–259. <https://doi.org/10.18592/moe.v8i2.12417>