

Transformasi Tata Kelola Website Hidayatullah Berbasis Konten Berkualitas dan Berkelanjutan bagi Penguatan Dakwah dan Daya Saing Transforming Hidayatullah Website Governance through Sustainable Quality Content for Da'wah and Competitiveness

Heri Purnomo*

Hidayatullah Malang, Email : kabehpodorukun@gmail.com

*email Koresponden: kabehpodorukun@gmail.com

Abstract

The changing digital landscape has positioned *websites* as the center of institutional legitimacy, visibility, and competitiveness in the public sphere. However, amid the dominance of social media, a paradigm has emerged that marginalizes the role of *websites* and considers them no longer relevant. In the context of a network-based Islamic organization such as Hidayatullah, which operates hundreds of branches and educational institutions, this paradigm has led to weak attention toward *website* management, resulting in fragmented governance, unstandardized content production, and the underutilization of digital performance indicators such as *traffic*, search engine visibility, and *website* rankings. This *paper* aims to formulate a transformation model for Hidayatullah *website* governance based on high-quality and sustainable content production in order to strengthen digital da'wah and enhance institutional competitiveness. Unlike conventional approaches, this study positions content production as the core organizational strategy for building digital visibility and reputation. Websites are positioned as the foundation of digital presence that provides in-depth information, builds public trust, and serves as the central conversion hub of digital activities, while social media functions as a driver of interaction and distribution reach. Using a descriptive qualitative approach based on empirical data, including *website* performance analysis, this study demonstrates that content quality and sustainability significantly contribute to improving visibility and competitiveness. Therefore, governance transformation is directed toward the integration of national standardization, interconnected systems, and data-based monitoring within a unified *digital governance* framework. Thus, *websites* are not merely relevant but serve as a strategic foundation within the digital da'wah ecosystem. Content-based transformation managed with quality and sustainability has the potential to position *websites* as both engines of da'wah and instruments for enhancing institutional competitiveness in an era of digital visibility-driven competition..

Keywords : *website* governance, sustainable content production, digital da'wah

Abstrak

Perubahan lanskap digital telah menempatkan *website* sebagai pusat legitimasi, visibilitas, dan daya saing institusi di ruang publik. Namun, di tengah dominasi media sosial, muncul paradigma yang memarginalkan peran *website* dan menganggapnya tidak lagi relevan. Dalam konteks organisasi Islam berjejaring seperti Hidayatullah yang memiliki ratusan cabang dan lembaga pendidikan, paradigma ini berdampak pada lemahnya perhatian terhadap pengelolaan *website*, yang kemudian berimplikasi pada fragmentasi tata kelola, belum terstandarisasinya produksi konten, serta belum optimalnya pemanfaatan indikator performa digital seperti *traffic*, visibilitas mesin pencari, dan peringkat *website*. Paper ini bertujuan merumuskan model transformasi tata kelola *website* Hidayatullah berbasis produksi konten berkualitas dan berkelanjutan guna memperkuat dakwah digital dan meningkatkan daya saing institusi. Berbeda dengan pendekatan konvensional, penelitian ini menempatkan produksi konten sebagai inti strategi organisasi dalam membangun visibilitas dan reputasi digital. Website diposisikan sebagai fondasi kehadiran digital yang menyediakan informasi mendalam, membangun kepercayaan publik, serta menjadi pusat konversi dari aktivitas digital, sementara media sosial berperan sebagai penggerak interaksi dan distribusi jangkauan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis data empiris, termasuk analisis performa *website*, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dan keberlanjutan konten memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan daya saing. Oleh karena itu, transformasi tata kelola diarahkan pada integrasi standarisasi nasional, sistem yang terhubung, serta monitoring berbasis data dalam satu kerangka *digital governance*. Dengan demikian, *website* tidak hanya relevan, tetapi menjadi fondasi strategis dalam ekosistem dakwah digital. Transformasi berbasis konten yang terkelola secara berkualitas dan berkelanjutan berpotensi menjadikan *website* sebagai mesin dakwah sekaligus instrumen peningkatan daya saing institusi di era kompetisi berbasis visibilitas digital. Kata kunci : tata kelola *website*, produksi konten berkelanjutan, dakwah digital

PENDAHULUAN

Perkembangan lanskap digital telah mentransformasi cara institusi membangun legitimasi, visibilitas, dan daya saing di ruang publik (Susanti & Cahyono, 2024: 12044; Saputra & Rufai, 2018: 345). Website tidak lagi sekadar media informasi, melainkan representasi utama identitas, kredibilitas, dan performa institusi dalam ekosistem digital (Garon, 2018: 2). Dalam konteks organisasi berbasis jaringan seperti Hidayatullah yang memiliki ratusan cabang dan lembaga pendidikan, *website* semestinya berfungsi sebagai infrastruktur strategis untuk mengonsolidasikan kekuatan jaringan, memperluas jangkauan dakwah, serta memperkuat posisi institusi dalam kompetisi berbasis visibilitas digital (Saputra & Rufai, 2018: 350).

Padahal, secara konseptual, *website* tetap merupakan fondasi utama kehadiran digital sebuah institusi. Website berfungsi sebagai “rumah besar” yang menyediakan informasi mendalam, terstruktur, dan kredibel mengenai identitas, visi, program, serta keunggulan institusi (Elsayed, 2017: 465). Dalam konteks pendidikan, *website* menjadi wajah resmi lembaga di ruang digital yang berperan dalam membangun kepercayaan publik, memperkuat *branding*, serta menjalin komunikasi strategis dengan calon peserta didik dan berbagai pemangku kepentingan (Susanti & Cahyono, 2024: 12048). Berbeda dengan media sosial yang dibatasi oleh struktur platform, *website* memberikan kontrol penuh terhadap konten, desain, dan pengalaman pengguna, sehingga memungkinkan institusi membangun narasi yang utuh dan konsisten (Garon, 2018: 4).

Di sisi lain, media sosial memang telah menjadi platform dominan dalam interaksi digital, dengan keunggulan pada aspek kecepatan, jangkauan, dan interaktivitas. Media sosial berperan sebagai jembatan yang menghubungkan institusi dengan audiens secara langsung, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, penyebaran konten secara luas, serta pembentukan komunitas yang dinamis (Richmond, 2016: 76). Namun demikian, media sosial tidak menggantikan fungsi *website*, melainkan melengkapinya. Keduanya memiliki karakteristik dan peran yang berbeda namun saling menguatkan dalam membangun ekosistem digital yang efektif (Elsayed, 2017: 468).

Hubungan antara *website* dan media sosial bersifat sinergis dan saling memperkuat. Media sosial dapat menjadi sumber trafik yang signifikan bagi *website*, sementara *website* menjadi pusat konversi dan pendalaman informasi (Richmond, 2016: 80). Interaksi yang dimulai di media sosial sering kali bermuara pada tindakan di *website*, baik dalam bentuk pendaftaran, eksplorasi program, maupun penguatan kepercayaan terhadap institusi. Dengan demikian, kekuatan kehadiran digital tidak ditentukan oleh dominasi salah satu platform, melainkan oleh kemampuan mengintegrasikan keduanya secara strategis.

Namun demikian, persoalan yang dihadapi tidak semata bersifat teknis atau manajerial, melainkan juga menyentuh aspek paradigmatis. Di tengah dominasi media sosial, muncul kecenderungan pemikiran yang memarginalkan peran *website* dan menganggapnya tidak lagi relevan. Paradigma ini berdampak pada rendahnya perhatian terhadap pengelolaan *website*, yang kemudian berimplikasi pada lemahnya tata kelola, tidak berkelanjutannya produksi konten, serta tidak optimalnya pemanfaatan indikator performa digital. Dengan kata lain, problem teknis yang terlihat di permukaan sesungguhnya berakar pada cara pandang yang kurang tepat terhadap posisi strategis *website* dalam ekosistem digital (Eisenstein, 2021: 1).

Temuan empiris lintas waktu (2019, 2024, hingga 2026) semakin mempertegas urgensi perubahan paradigma tersebut. Data menunjukkan bahwa keunggulan digital ditentukan oleh kematangan *mindset* institusi dalam memposisikan media digital. Gontor secara konsisten mampu mempertahankan peringkat teratas selama lebih dari enam tahun, yang membuktikan keberhasilan sistem dalam memproduksi konten berkualitas secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Kondisi ini berkebalikan dengan Sidogiri, yang meskipun memiliki basis institusional besar, namun menunjukkan performa digital yang cenderung rendah. Hal ini menegaskan bahwa besarnya nama institusi tidak secara otomatis berkorelasi dengan kekuatan visibilitas digital jika tidak didukung oleh tata kelola konten yang sistematis (Makhful et al., 2025: 2365).

Dalam konteks jaringan Hidayatullah, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks karena sifatnya yang terfragmentasi. Meskipun data menunjukkan adanya unit Hidayatullah yang kompetitif pada periode tertentu, namun performa tersebut cenderung bersifat fluktuatif dan tidak mampu bertahan secara konsisten sebagaimana model yang diterapkan Gontor. Mayoritas *website* cabang lainnya bahkan belum terdeteksi secara signifikan atau belum terindeks. Kondisi ini menunjukkan bahwa tanpa adanya standarisasi sistem, produksi konten berkualitas di lingkungan Hidayatullah tidak akan pernah mencapai tahap keberlanjutan yang diharapkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu pendekatan transformasi yang tidak hanya menyelesaikan persoalan teknis, tetapi juga mengoreksi cara pandang pengelolaan digital. Paper ini menawarkan model transformasi tata kelola *website* berbasis produksi konten berkualitas dan berkelanjutan sebagai inti penggerak perubahan. Dengan menempatkan konten sebagai pusat strategi, transformasi ini diharapkan mampu menggeser paradigma dari marginalisasi *website* menuju optimalisasi perannya sebagai fondasi utama dakwah digital dan daya saing institusi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk menganalisis fenomena performa *website* pesantren dalam lanskap digital yang dinamis. Fokus utama analisis diarahkan pada tata kelola konten sebagai determinan kunci dalam membangun visibilitas dan otoritas digital institusi. Untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai variabel keberlanjutan, penelitian ini menggunakan desain studi longitudinal yang mengamati tren performa *website* dalam rentang waktu yang signifikan, yakni dari tahun 2019 hingga 2026.

Konstruksi data dalam penelitian ini dibangun melalui integrasi dua platform analitik digital terkemuka, yakni *Alexa.com* untuk merekam jejak popularitas pada periode 2019, serta *SimilarWeb* untuk memetakan performa digital pada periode 2024 hingga 2026. Penggunaan *SimilarWeb* dalam penelitian ini menjadi instrumen utama untuk memperkuat validitas pengukuran Key Performance Indicators (KPI) digital melalui metrik trafik, peringkat nasional, serta perbandingan grafis antar situs secara presisi (Saputra & Rufai, 2018: 350). Pengamatan longitudinal pada empat titik waktu yang berbeda—September 2019, Juli 2024, Oktober 2024, dan Maret 2026—memungkinkan identifikasi pola stabilitas dan fluktuasi sistem produksi konten institusi.

Dalam upaya menganalisis variasi tata kelola yang beragam, penelitian ini memfokuskan analisis pada tiga tipologi institusi yang mewakili spektrum performa digital yang berbeda.

Gontor dipilih sebagai representasi model keberhasilan (*best practice*) yang memiliki kematangan tata kelola institusional dalam menjaga konsistensi performa terbaik. Sebagai kontras, Sidogiri dihadirkan untuk menunjukkan bagaimana institusi besar dengan basis massa yang luas tidak secara otomatis memiliki dominasi yang setara di ranah digital.

Sementara itu, jaringan Hidayatullah diposisikan sebagai objek utama transformasi untuk mengidentifikasi akar masalah dari fragmentasi tata kelola dan ketidakterindeksan *website* di tingkat cabang. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan pengamatan pola peringkat dan perbandingan antar institusi berdasarkan prinsip *Search Engine Optimization (SEO)*, khususnya pada aspek visibilitas pencarian, akumulasi trafik organik, dan keberlanjutan indeksasi. Analisis difokuskan pada tiga variabel operasional: kuantitas publikasi, kualitas narasi yang dioptimasi, serta keberlanjutan ritme produksi konten. Melalui pendekatan naratif ini, penelitian berupaya mengungkap keterkaitan antara paradigma institusi dengan daya saing digital yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Fragmentasi dan Fluktuasi Website Hidayatullah dalam Dinamika 2019–2026

Hasil pengamatan terhadap jaringan *website* Hidayatullah periode 2019–2026 menyingkap realitas digital yang didominasi oleh fragmentasi dan fluktuasi performa. Data Maret 2026 menunjukkan bahwa dari 48 *website* jaringan Hidayatullah yang diamati, hanya 8 *website* yang terindeks dalam platform pemeringkatan digital. Tiga *website* dengan performa tertinggi adalah *hidayatullahjatim.com* pada peringkat 50.043, disusul *ummulqurahidayatullah.id* pada peringkat 53.014, dan *stikma.ac.id* pada peringkat 69.827. Sementara itu, lima *website* lainnya jauh lebih rendah peringkatnya, yakni di atas peringkat 100 ribu. Tabel 1. Peta Visibilitas Digital Website Pesantren Hidayatullah Berdasarkan *SimilarWeb* Tahun 2026

Tabel 1. Peta Visibilitas Digital Website Pesantren Hidayatullah Berdasarkan SimilarWeb Tahun 2026

No.	Website	Pesantren	Peringkat Indonesia	Peringkat Dunia
1	hidayatullahjatim.com	Hidayatullah Jatim	50.043	1.369.975
2	ummulqurahidayatullah.id	Hidayatullah Balikpapan	53.014	1.469.784
3	stikma.ac.id	Hidayatullah Surabaya	69.827	2.164.948
4	arrohmah.co.id	Hidayatullah Malang	110.416	4.443.397
5	arrohmahputra.com	Hidayatullah Malang	137.922	5.860.699
6	arrohmahbogor.sch.id	Hidayatullah Malang	145.400	6.296.703
7	institut hidayatullah batam.ac.id	Hidayatullah Batam	157.543	6.955.347
8	hidayatullahsurabaya.com	Hidayatullah Surabaya	-	9.605.735

Keterangan: Website cabang Hidayatullah lainnya belum terindeks oleh SimilarWeb (Maret 2026)

Ketidakterindeksan mayoritas *website* cabang (40 dari 48 unit) tersebut mengindikasikan bahwa banyak entitas Hidayatullah secara de facto belum hadir dalam lanskap persaingan digital. Masalah tersebut pun bukan lagi tentang pembuatan *website*, melainkan pada ketidakmampuan institusi untuk memanifestasikan dirinya dalam ekosistem digital yang kompetitif. Hal ini mengonfirmasi bahwa pengelolaan *website* di lingkungan Hidayatullah masih bersifat parsial dan belum terintegrasi ke dalam sistem institusional. Akibatnya, visibilitas digital sangat bergantung pada inisiatif personal atau momentum temporer, yang secara alamiah sulit menghasilkan pertumbuhan stabil dalam jangka panjang.

Kerapuhan sistem ini terlihat paling nyata pada fenomena fluktuasi tajam, sebagaimana dialami oleh *website* Ar-Rohmah Putri Malang. Pada September 2019, situs ini sempat mencapai performa impresif di peringkat 4.517 nasional, namun merosot drastis ke angka 98.343 (Juli 2024), bahkan sempat menyentuh posisi 117.966 (Oktober 2024) sebelum tertahan di kisaran 110.416 pada Maret 2026. Data longitudinal ini menjadi bukti empiris bahwa reputasi digital yang tinggi sekalipun akan runtuh jika tidak ditopang oleh ekosistem produksi konten yang berkelanjutan. Lonjakan performa sesaat seringkali hanyalah hasil dari aktivitas temporer individu tertentu, bukan cerminan dari tata kelola media yang mapan. Tabel 2. Fluktuasi Peringkat Website Ar-Rohmah Putri Malang Tahun 2019-2026

Tabel 2. Fluktuasi Peringkat Website Ar-Rohmah Putri Malang Tahun 2019-2026

No.	Periode	Peringkat Indonesia	Peringkat Dunia
1	September 2019	4.517	497.717
2	Juli 2024	98.343	1.809.203
3	Oktober 2024	117.966	4.860.303
4	Maret 2026	110.416	4.443.390

Pola instabilitas ini juga terdeteksi pada sejumlah cabang lain dalam jaringan Hidayatullah yang mengalami stagnasi setelah kenaikan singkat. Temuan ini mematahkan asumsi bahwa keberadaan *website* otomatis menghasilkan eksposur digital. Tanpa aktivitas produksi konten yang terstruktur dan konsisten, sebuah domain akan kehilangan "napas" digitalnya, gagal terindeks, dan akhirnya tereliminasi dari jangkauan audiens publik.

Kontras dengan dinamika tersebut, Pondok Modern Darussalam Gontor justru menunjukkan pola yang berbeda. Dalam rentang tujuh tahun (2019–2026), Gontor mampu mempertahankan stabilitas dan konsistensi performa di tengah fluktuasi algoritma mesin pencari. Performa digital Gontor mengindikasikan adanya sistem tata kelola yang matang, di mana kesinambungan konten dikelola sebagai bagian dari ruh institusi, bukan sekadar tugas sampingan.

Sebaliknya, fragmentasi yang terjadi pada *website* Hidayatullah merefleksikan hambatan yang lebih fundamental daripada sekadar kendala teknis. Ketimpangan performa antar cabang dan fluktuasi yang ekstrem adalah cerminan dari kebijakan organisasi yang belum sepenuhnya memposisikan *website* sebagai aset strategis. Dengan demikian, pembenahan tata kelola digital Hidayatullah ke depan tidak boleh berhenti pada perbaikan infrastruktur teknologi, melainkan harus menyentuh transformasi orientasi institusi dalam melihat *website* sebagai instrumen utama bagi penguatan dakwah dan daya saing lembaga.

3.2 Analisis Fundamental: Eksistensi Gontor

Berbeda dengan pola fragmentasi dan fluktuasi ekstrem yang menghinggapi jaringan *website* Hidayatullah, performa digital Pondok Modern Darussalam Gontor menampilkan stabilitas yang jauh lebih kokoh. Dalam rentang pengamatan 2019–2026, *website* Gontor mampu menavigasi dinamika algoritma global dengan tetap mempertahankan posisi kompetitif di level nasional.

Tabel 3. Perkembangan Peringkat Website Gontor Tahun 2019–2026

No.	Periode	Peringkat Indonesia
1	September 2019	2.039
2	Juli 2024	12.891
3	Oktober 2024	7.692
4	Maret 2026	4.447

Meskipun mengalami dinamika peringkat, performa digital tersebut tetap menunjukkan posisi yang relatif kompetitif dibandingkan mayoritas *website* pesantren lainnya. Stabilitas tersebut menjadi indikator penting bahwa pengelolaan *website* di Gontor tidak berjalan secara sporadis, tetapi ditopang oleh tata kelola organisasi yang menempatkan media digital sebagai bagian strategis dalam sistem komunikasi, penguatan reputasi, dan perluasan pengaruh kelembagaan.

Satu hal yang menarik secara teoretis adalah posisi Gontor sebagai institusi yang telah memiliki legitimasi *offline* yang sangat besar. Dalam logika tradisional, lembaga dengan reputasi sejarah dan jaringan alumni seluas Gontor sering kali merasa tidak lagi membutuhkan kehadiran *website* untuk membangun pengaruh. Namun, realitas digital Gontor justru mematahkan asumsi tersebut. Alih-alih mengandalkan nama besar secara pasif, Gontor secara sadar mengonversi kekuatan historisnya menjadi otoritas digital melalui pengelolaan *website* yang sistematis. Di sini, *website* tidak diposisikan sebagai papan pengumuman administratif, melainkan sebagai "jangkar" kedaulatan informasi institusi di ruang digital.

Eksistensi yang stabil ini mustahil tercapai tanpa sistem produksi konten yang hidup dan berkelanjutan. Tingginya peringkat Gontor menunjukkan adanya aktivitas diseminasi informasi yang konsisten, pembaruan konten yang rutin, serta akumulasi halaman terindeks yang terus berkembang. Karakteristik semacam ini umumnya tidak lahir dari aktivitas media yang bersifat insidental atau musiman, melainkan buah dari manajemen media yang terintegrasi.

Lebih jauh lagi, kekuatan digital Gontor tidak hanya bertumpu pada aspek kuantitas, tetapi pada kemampuan menjaga narasi institusi. Konten yang diproduksi tidak sekadar melaporkan kegiatan, namun dirancang untuk merawat identitas, nilai, dan citra kelembagaan. Hal ini memperlihatkan bahwa *website* telah berfungsi secara optimal sebagai instrumen penguatan *branding* dan otoritas pesantren di tengah arus informasi yang bising.

Jika dibandingkan dengan fluktuasi tajam pada objek penelitian lainnya, dinamika Gontor mencerminkan apa yang disebut sebagai stabilitas institusional. Fluktuasi peringkat yang terjadi tidak sampai menyebabkan "kematian" eksistensi digital secara drastis. Temuan ini menegaskan bahwa tidak ada hubungan linear otomatis antara kebesaran institusi secara fisik dengan performa digitalnya; performa tersebut justru lebih ditentukan oleh kebijakan strategis dalam mengelola konten.

Dengan demikian, kasus Gontor memberikan pelajaran krusial bahwa keunggulan digital di era digital ditentukan oleh kesadaran untuk memperlakukan *website* sebagai aset vital lembaga. Stabilitas Gontor membuktikan bahwa transformasi tata kelola melalui produksi konten yang berkualitas dan berkelanjutan adalah prasyarat mutlak bagi institusi yang ingin mempertahankan pengaruh dan daya saingnya secara berkesinambungan.

3.3 Analisis Komparatif: Paradoks Sidogiri

Berbeda dengan Pondok Modern Darussalam Gontor yang menunjukkan stabilitas performa, dinamika digital Pondok Pesantren Sidogiri justru menghadirkan fenomena yang penulis sebut sebagai "Paradoks Institusional". Sebagai salah satu pesantren tertua dengan pengaruh pendidikan dan ekonomi umat yang sangat masif, Sidogiri memiliki modal sosial dan historis yang luar biasa besar. Namun, data pengamatan 2019–2026 mengungkapkan bahwa kekuatan luring (*offline*) tersebut tidak berkorelasi linear dengan dominasi di dunia *online*.

Tabel 4. Perkembangan Peringkat Website Sidogiri Tahun 2019–2026

No.	Periode	Peringkat Indonesia
1	September 2019	Tidak terindeks
2	Juli 2024	77.458
3	Oktober 2024	89.721
4	Maret 2026	89.360

Pada 2019, *website* utamanya bahkan belum masuk dalam radar indeksasi peringkat, dan meski mulai terindeks pada periode berikutnya, peringkatnya masih tertahan di kisaran angka 80-90 ribu. Realitas ini membuktikan bahwa besarnya sebuah lembaga di dunia nyata tidak secara otomatis menghasilkan "gaung" yang sama di dunia maya.

Fenomena ini menjadi krusial karena menegaskan bahwa dalam ekosistem digital, legitimasi tidak dapat diwariskan secara pasif dari sejarah panjang institusi, melainkan harus dikonstruksi ulang secara aktif. Kasus Sidogiri memperlihatkan adanya "jebakan reputasi", di mana institusi yang telah memiliki legitimasi sosial kuat sering kali memandang *website* hanya sebagai pelengkap administratif. Akibatnya, energi organisasi dalam memproduksi konten menjadi tidak terstruktur, sehingga *website* kehilangan fungsinya sebagai pusat otoritas informasi.

Jika dibandingkan secara diametral dengan Gontor, terlihat perbedaan orientasi yang tajam. Meski keduanya memiliki pengaruh nasional yang setara, Gontor menunjukkan performa digital yang jauh lebih matang dan kompetitif. Perbedaan kontras ini mengindikasikan bahwa variabel penentu utama keunggulan digital bukan terletak pada usia atau luasnya basis sosial tradisional, melainkan pada kematangan institusi dalam memandang aset digital. Gontor berhasil mengonversi kekuatan institusionalnya menjadi otoritas domain, sementara Sidogiri masih menghadapi tantangan dalam mentransformasikan modal sosialnya ke dalam bentuk visibilitas digital.

Pelajaran penting dari kasus Sidogiri adalah bahwa di era digital, sebuah lembaga dakwah dituntut untuk membangun eksistensi digital secara serius dan berkesinambungan. Tanpa sistem produksi konten yang terintegrasi, institusi besar sekalipun berisiko menjadi "tak kasat mata" dalam lanskap pencarian informasi global. Hal ini memperkuat argumen utama *paper* ini bahwa pembenahan *website* bukan sekadar urusan teknis, melainkan sebuah transformasi kebijakan

institusional dalam menempatkan *website* sebagai instrumen strategis untuk menjaga relevansi, legitimasi, dan penguatan dakwah di era digital.

3.4 Sintesis Komparatif: Gontor, Sidogiri, dan Hidayatullah

Analisis lintas objek terhadap Pondok Modern Darussalam Gontor, Pondok Pesantren Sidogiri, dan jaringan Hidayatullah menegaskan sebuah tesis penting: bahwa performa digital tidak memiliki korelasi linear dengan skala fisik, jumlah jaringan, maupun kedalaman historis sebuah institusi. Meskipun ketiganya merupakan pemegang otoritas sosial dan keagamaan yang masif di Indonesia, potret digital yang dihasilkan justru menunjukkan spektrum yang sangat kontras

Tabel 5. Komparasi Performa Website Gontor, Sidogiri, dan Hidayatullah Tahun 2019–2026

No.	Institusi	Sept 2019	Juli 2024	Okt 2024	Mar 2026
1	Gontor	2.039	12.891	7.692	4.447
2	Sidogiri	Tidak terindeks	77.458	89.721	89.360
3	Hidayatullah	Fragmentatif	Fragmentatif	Fragmentatif	Mayoritas >100 ribu

Keterangan: Pada Maret 2026 hanya 8 dari 48 website Hidayatullah yang terindeks.

Gontor merepresentasikan model "Stabilitas Strategis". Konsistensi performanya dalam rentang tujuh tahun menunjukkan bahwa *website* telah menyatu dalam ruh organisasi sebagai instrumen utama dakwah dan *branding*. Gontor berhasil mengonversi modal sosialnya menjadi kekuatan digital yang kompetitif, yang membuktikan adanya tata kelola media yang matang dan berkelanjutan.

Sebaliknya, Sidogiri terjebak dalam "Paradoks Legitimasi". Sebagai institusi dengan kekuatan luring (*offline*) yang sangat besar, rendahnya peringkat *website* Sidogiri—yang bahkan belum mampu menembus angka 70 ribu nasional—mengindikasikan adanya kesenjangan antara reputasi sejarah dengan kehadiran institusi di ranah digital. Fenomena ini menjadi pengingat bahwa tanpa sistem produksi konten yang terstruktur dan sistematis, pengaruh sosial yang luas di dunia nyata tidak secara otomatis terkonversi menjadi dominasi di dunia maya.

Sementara itu, jaringan Hidayatullah menghadapi tantangan "Fragmentasi Sistemik". Problem utamanya bukan hanya soal rendahnya performa, melainkan belum terbentuknya kesatuan gerak digital antar cabang. Data Maret 2026 yang menunjukkan hanya 16% *website* (8 dari 48) yang terindeks secara signifikan adalah bukti nyata dari belum adanya standardisasi sistem. Efeknya, kekuatan besar Hidayatullah sebagai organisasi berjejaringan tidak mampu memanifestasikan dirinya sebagai kekuatan digital yang kolektif.

Secara fundamental, perbedaan ketiga pola ini berakar pada cara pandang organisasi. Gontor melihat *website* sebagai aset strategis; Sidogiri cenderung memposisikannya sebagai pelengkap administratif; sementara Hidayatullah masih berada dalam tahap transisi menuju integrasi sistem.

Analisis komparatif ini menegaskan bahwa faktor penentu utama keberhasilan digital bukanlah besar-kecilnya institusi, melainkan keberadaan arah kebijakan organisasi yang mampu diterjemahkan ke dalam sistem pengelolaan konten yang berkualitas. Di era digital ini, *website* tidak lagi sekadar media informasi, melainkan infrastruktur komunikasi kunci yang menentukan hidup-matinya legitimasi dan daya saing institusi di ruang publik.

Tabel 6. Komparasi Karakteristik Institusi dan Performa Digital Gontor, Sidogiri, dan Hidayatullah

Aspek	Gontor	Sidogiri	Hidayatullah
Usia Institusi	Berdiri 1926	Berdiri 1745	Berdiri 1973
Reputasi Offline	Sangat kuat secara nasional dan internasional	Sangat kuat dalam tradisi pesantren salaf	Kuat sebagai jaringan dakwah dan pendidikan nasional
Jaringan Nasional	Luas dan terstruktur	Luas berbasis alumni dan masyarakat	Sangat luas dengan banyak lembaga dan cabang
Posisi Website dalam Institusi	Instrumen strategis institusi	Cenderung belum menjadi prioritas strategis	Belum terbangun secara kolektif dan terintegrasi
Positioning Website	Media dakwah, branding, dan penguatan reputasi	Masih dominan sebagai media informasi	Cenderung formalitas administratif dan tidak seragam
Sistem Produksi Konten	Aktif, konsisten, dan berkelanjutan	Belum optimal dan kurang konsisten	Tidak merata dan bergantung pada unit tertentu
Stabilitas Digital	Relatif stabil dan kompetitif	Relatif rendah dan stagnan	Fluktuatif dan fragmentatif
Performa Website 2019–2026	Konsisten berada pada posisi kompetitif nasional	Relatif rendah meskipun institusi besar	Mayoritas website belum memiliki visibilitas kuat
Posisi Digital Nasional	Kuat dan kompetitif	Belum kompetitif	Mayoritas berada di atas peringkat 100 ribu
Karakter Umum Tata Kelola Digital	Sistematis dan berkelanjutan	Belum sepenuhnya terintegrasi	Parsial dan tidak terstandarisasi
Implikasi Utama	Positioning digital kuat menghasilkan stabilitas visibilitas	Reputasi offline belum terkonversi menjadi kekuatan digital	Fragmentasi tata kelola melemahkan daya saing digital

3.5 Website sebagai Indikator Daya Saing Institusi Pendidikan

Korelasi antara kualitas institusi dan performa digital tidak hanya menjadi fenomena unik di lingkungan pesantren, tetapi juga terlihat secara nyata pada ekosistem perguruan tinggi modern. Dalam konteks pendidikan global, *website* telah mengalami pergeseran fungsi fundamental: dari sekadar media informatif menjadi representasi otoritatif atas reputasi akademik, produktivitas ilmiah, hingga daya saing internasional sebuah institusi.

Realitas ini dipertegas oleh kehadiran berbagai lembaga pemeringkatan dunia yang menempatkan visibilitas digital sebagai indikator krusial. Lembaga seperti QS World University Rankings, Times Higher Education (THE), hingga *Webometrics* memandang bahwa visibilitas, publikasi ilmiah, dan sitasi akademik dalam ruang digital adalah cerminan langsung dari kualitas sebuah perguruan tinggi. Secara khusus, *Webometrics* memosisikan performa *website* sebagai instrumen utama untuk mengukur dampak digital (*digital impact*) institusi di tingkat global.

Di Indonesia, pola ini menunjukkan konsistensi yang tinggi. Perguruan Tinggi Negeri (PTN) papan atas nasional selalu memiliki ekosistem *website* yang aktif, kaya konten, dan dikelola secara profesional.

Tabel 7. Komparasi Top Perguruan Tinggi Negeri Indonesia Berdasarkan Beberapa Lembaga Pemeringkatan Dunia

Perguruan Tinggi	QS World University Rankings	Times Higher Education (THE)	Webometrics Indonesia	SCImago Institutions Rankings
Universitas Indonesia	Top 1 Indonesia	Top 1 Indonesia	Top 1 Indonesia	Sangat tinggi
Universitas Gadjah Mada	Top 2–3 Indonesia	Top 2 Indonesia	Top 2–3 Indonesia	Sangat tinggi
Institut Teknologi Bandung	Top 3 Indonesia	Top 3 Indonesia	Top 5 Indonesia	Sangat tinggi
IPB University	Top 5 Indonesia	Top 5 Indonesia	Top 10 Indonesia	Tinggi

Dominasi perguruan tinggi unggul tersebut di ruang digital tidak lahir secara kebetulan. Kekuatan digital mereka ditopang oleh sistem produksi konten yang hidup—mulai dari publikasi riset, artikel ilmiah, hingga berita prestasi—yang berlangsung secara rutin dan terintegrasi antarunit. Website dalam konteks ini telah bertransformasi menjadi pusat ekosistem informasi yang produktif, bukan sekadar pelengkap administratif yang statis.

Fenomena ini membuktikan bahwa pada era pendidikan modern, performa *website* merupakan cermin dari keseriusan tata kelola institusi. Lembaga yang memiliki orientasi mutu dan daya saing global secara otomatis akan membangun ekosistem digitalnya dengan serius, karena mereka menyadari bahwa reputasi saat ini tidak lagi hanya dibangun melalui kekuatan luring (*offline*), melainkan melalui performa impresif di dunia maya.

Generalisasi ini sekaligus memvalidasi temuan pada kasus Gontor, Sidogiri, dan Hidayatullah. Institusi yang memiliki arah kebijakan yang kuat terhadap media digital akan mampu membangun otoritas yang stabil. Sebaliknya, institusi yang mengabaikan *website* sebagai aset strategis akan mengalami stagnasi dan rendahnya daya saing, terlepas dari seberapa besar kekuatan sosial dan historis yang mereka miliki di dunia nyata.

Dengan demikian, transformasi tata kelola *website* berbasis produksi konten yang berkualitas dan berkelanjutan bukan lagi sebuah pilihan, melainkan kebutuhan fundamental. Hal ini menjadi prasyarat mutlak bagi setiap institusi yang ingin mempertahankan relevansi, pengaruh, dan reputasi di tengah sengitnya kompetisi global.

3.6 Analisis Performa Website Berbasis Konten (Triad Konten)

Berdasarkan analisis data longitudinal, ditemukan bahwa performa *website* tidak semata ditentukan oleh aspek teknis, melainkan oleh kapasitas institusi dalam membangun sistem produksi konten yang aktif, berkualitas, dan berkelanjutan. Peringkat *website* dalam hal ini merupakan manifestasi dari akumulasi visibilitas digital yang dihasilkan dari produksi konten institusi. Konten berkualitas adalah konten yang memuat informasi relevan dan bernilai tentang keunggulan institusi, disusun berdasarkan kaidah jurnalistik, disajikan dengan gaya penulisan yang menarik, memberikan manfaat bagi pembaca, serta dioptimalkan untuk visibilitas digital melalui prinsip Search Engine Optimization. Sedangkan konten berkelanjutan adalah proses produksi konten berkualitas yang dilakukan secara terstruktur, sistematis, terjadwal, dan berlangsung secara konsisten dalam jangka panjang sehingga membentuk akumulasi nilai dan otoritas digital.

Dan dalam penelitian ini, performa *website* dipahami sebagai hasil interaksi simultan dari tiga determinan utama yang penulis sebut sebagai *Model Triad Konten*:

1. Kuantitas (Qn): Intensitas dan volume konten yang dipublikasikan untuk membangun jejak digital.

2. Kualitas (Ql): Mutu substansi, relevansi, dan daya tarik narasi bagi audiens serta optimasi digital.

3. Keberlanjutan (Kb): Konsistensi dan kontinuitas produksi konten dalam jangka panjang yang mencegah stagnasi indeksasi.

Hubungan fungsional ketiganya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$P = f(Qn \times Ql \times Kb)$$

Keterangan:

P = performa *website*

Qn = kuantitas konten

Ql = kualitas konten

Kb = keberlanjutan konten

Secara konseptual, alur pembentukan nilai ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Dalam kerangka ini, *traffic* dan peringkat *website* bukan lagi variabel yang berdiri sendiri, melainkan konsekuensi logis dari sistem konten yang sehat. Produksi konten bukan sekadar aktivitas redaksional, melainkan infrastruktur strategis yang menghasilkan bukti empiris (*evidence-based*) bagi pengambilan kebijakan institusi.

Secara empiris, model ini tervalidasi melalui kasus-kasus dengan performa tinggi yang telah dibahas sebelumnya. Institusi yang mampu mempertahankan stabilitas peringkat menunjukkan adanya indikator sistemik yang matang: kedalaman indeks konten, konsistensi produksi, dan komitmen jangka panjang. Sebaliknya, institusi yang gagal mempertahankan eksistensinya cenderung mengalami malfungsi pada salah satu atau seluruh determinan dalam Triad Konten tersebut.

Dengan demikian, transformasi digital institusi pada dasarnya adalah transformasi tata kelola produksi konten berkualitas dan berkelanjutan. Keunggulan digital tidak secara otomatis mengikuti keunggulan institusional luring (*offline*), melainkan hasil dari kesadaran strategis dalam mengelola *website* sebagai instrumen utama dalam penguatan dakwah dan daya saing.

3.7 Kerangka Transformasi Digital Institusi: Paradigma, Tata Kelola, Konten, dan Performa Website

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa peringkat *website* tidak dapat dipahami semata sebagai indikator teknis, melainkan sebagai refleksi dari kondisi internal institusi yang lebih mendasar. Dalam konteks ini, peringkat *website* diposisikan sebagai manifestasi dari cara pandang lembaga terhadap pengelolaan *website*, yang kemudian diterjemahkan dalam praktik tata kelola dan produksi konten secara berkelanjutan.

Secara analitik, hubungan tersebut membentuk suatu rantai transformasi yang dimulai dari paradigma institusi. Cara institusi memandang *website*—apakah sebagai sarana vital dalam

dakwah, penguatan reputasi, dan peningkatan daya saing, atau sekadar pelengkap administratif—akan menentukan arah kebijakan dan prioritas pengelolaan digital. Paradigma yang kuat cenderung mendorong lahirnya sistem yang terstruktur, alokasi sumber daya yang memadai, serta orientasi jangka panjang dalam pengelolaan *website*. Sebaliknya, paradigma yang lemah menghasilkan pengelolaan yang sporadis, tidak terstandarisasi, dan tidak berkelanjutan.

Paradigma tersebut selanjutnya termanifestasi dalam tata kelola *website* sebagai mekanisme operasional. Tata kelola ini mencakup pembentukan struktur pengelola, pembagian peran, standar produksi, pola koordinasi, hingga sistem evaluasi performa digital. Institusi dengan tata kelola yang kuat akan memiliki sistem yang stabil dan terkoordinasi, sementara institusi tanpa tata kelola yang jelas cenderung mengalami fragmentasi dan ketidakpastian dalam pengelolaan *website*.

Pada tahap berikutnya, tata kelola *website* secara langsung mempengaruhi produksi konten, yang dalam penelitian ini dipandang sebagai inti dari transformasi digital institusi. Konten tidak hanya dinilai dari kuantitas, tetapi juga dari kualitas dan keberlanjutannya. Produksi konten yang dilakukan secara konsisten, relevan, dan terstruktur akan membangun visibilitas digital secara kumulatif. Sebaliknya, produksi konten yang tidak teratur dan tidak terkelola dengan baik akan menghambat perkembangan performa *website* secara keseluruhan.

Produksi konten yang berkualitas dan berkelanjutan pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan trafik *website*. Trafik tersebut mencerminkan tingkat kunjungan, keterlibatan, dan jangkauan audiens yang dapat diukur secara empiris. Dalam konteks ini, trafik berfungsi sebagai jembatan antara proses internal institusi dan performa eksternal yang tampak dalam ruang digital.

Lebih lanjut, trafik *website* tersebut teragregasi dalam bentuk peringkat yang dihasilkan oleh berbagai platform analitik digital. Oleh karena itu, peringkat *website* tidak dipahami sebagai angka yang berdiri sendiri, melainkan sebagai indikator struktural yang merepresentasikan keseluruhan proses mulai dari visi digital institusi hingga implementasi operasionalnya. Dengan kata lain, peringkat *website* merupakan representasi akhir dari kualitas tata kelola konten yang dijalankan oleh institusi.

Secara konseptual, hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Paradigma Institusi

↓

Tata Kelola Website

↓

Sistem Produksi Konten

↓

Visibilitas Digital

↓

Traffic dan Peringkat

↓

Reputasi dan Daya Saing

Melalui kerangka transformasi ini, data longitudinal tahun 2019–2026 dapat dibaca sebagai cerminan dinamika paradigma dan tata kelola digital antar institusi. Pondok Modern

Darussalam Gontor menunjukkan konsistensi performa yang mengindikasikan adanya keselarasan antara paradigma, tata kelola, dan produksi konten yang berkelanjutan. Sebaliknya, Pondok Pesantren Sidogiri memperlihatkan ketidaksinkronan antara kapasitas kelembagaan dan performa digital, yang menunjukkan bahwa *website* belum sepenuhnya dianggap sebagai aset vital lembaga. Sementara itu, jaringan Hidayatullah menunjukkan pola yang cenderung terfragmentasi dan fluktuatif, yang mengindikasikan belum adanya integrasi paradigma dan sistem tata kelola digital secara menyeluruh.

Dengan demikian, transformasi tata kelola *website* tidak dapat dilepaskan dari perubahan paradigma institusi yang kemudian diwujudkan dalam sistem produksi konten yang berkualitas dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, peringkat *website* berfungsi sebagai indikator yang mampu merefleksikan keberhasilan atau kegagalan transformasi digital institusi secara komprehensif.

3.8 Integrasi Temuan dan Formulasi Model Sistem Konten Berkualitas dan Berkelanjutan Hidayatullah (MSK2B-H)

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, baik pada konteks *website* pesantren maupun komparasi dengan institusi pendidikan tinggi, ditemukan pola yang konsisten bahwa performa *website* tidak semata-mata ditentukan oleh faktor teknis atau kekuatan institusi secara *offline*, melainkan oleh kualitas tata kelola konten yang diterapkan

Data menunjukkan bahwa *website* dengan peringkat rendah umumnya memiliki kelemahan mendasar pada aspek kuantitas, kualitas, dan keberlanjutan konten. Sebaliknya, *website* dengan performa tinggi—sebagaimana ditunjukkan oleh Gontor dan universitas papan atas dalam pemeringkatan *Webometrics*—memperlihatkan adanya sistem pengelolaan konten yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang.

Temuan ini menegaskan bahwa keunggulan digital bukanlah konsekuensi otomatis dari reputasi institusi secara luring (*offline*), melainkan hasil dari kesadaran strategis organisasi yang dirancang secara sistematis. Interaksi antara variabel kuantitas, kualitas, dan keberlanjutan konten membentuk suatu relasi interdependensi: kuantitas tanpa kualitas tidak berdampak, kualitas tanpa keberlanjutan tidak menghasilkan visibilitas, dan keberlanjutan tanpa kualitas tidak menciptakan nilai.

Sebagai solusi atas kompleksitas tersebut, penelitian ini merumuskan Model Sistem Konten Berkualitas dan Berkelanjutan Hidayatullah (*MSK2B-H*). Model ini merupakan kerangka konseptual yang menempatkan *website* sebagai sistem produksi konten strategis untuk memperkuat dakwah dan meningkatkan daya saing institusi. Secara struktural, model *MSK2B-H* terdiri atas lima komponen terintegrasi.

1. Penentuan arah dan tujuan konten
2. Sistem produksi konten
3. Standar kualitas konten
4. Distribusi dan penguatan konten
5. Keberlanjutan dan tata kelola.

Kelima komponen ini bekerja dalam satu siklus yang meliputi perencanaan, produksi, publikasi, distribusi, dan evaluasi. Kontribusi utama model ini terletak pada pergeseran paradigma: dari *website* sebagai media informasi pasif menjadi sistem produksi konten strategis.

Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital tidak ditentukan oleh keberadaan *website* semata, melainkan oleh kemampuan institusi mengintegrasikan seluruh elemen konten secara simultan. Model *MSK2B-H* diharapkan menjadi panduan praktis dalam mewujudkan tata kelola *website* yang efektif, strategis, dan berdampak luas di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data longitudinal periode 2019–2026 serta pembahasan mendalam terhadap dinamika digital pada objek penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan mendasar sebagai berikut:

1. Performa Digital sebagai Manifestasi Paradigma Institusi

Penelitian ini menunjukkan bahwa problem utama performa *website* institusi pendidikan Islam bukan semata terletak pada aspek teknis digital, melainkan pada paradigma institusi dalam memandang *website* sebagai aset strategis. Data longitudinal tahun 2019–2026 memperlihatkan bahwa institusi yang menempatkan *website* sebagai instrumen utama dakwah, *branding*, dan penguatan reputasi cenderung memiliki tata kelola digital yang lebih stabil, sistem produksi konten yang lebih berkelanjutan, serta visibilitas digital yang lebih kompetitif. Sebaliknya, paradigma yang memarginalkan *website* sebagai pelengkap administratif berimplikasi pada fragmentasi tata kelola, lemahnya keberlanjutan konten, dan rendahnya daya saing digital institusi.

2. Rumus Utama: Triad Konten

Keunggulan digital institusi ditentukan oleh interaksi simultan antara kuantitas publikasi, kualitas narasi konten, dan keberlanjutan sistem produksi konten yang dalam penelitian ini dirumuskan sebagai *Model Triad Konten*. Ketiga variabel tersebut bersifat interdependen dan membentuk fondasi utama dalam pembangunan visibilitas digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kuantitas tanpa kualitas tidak menghasilkan otoritas digital, kualitas tanpa keberlanjutan tidak mampu membangun stabilitas visibilitas, sementara keberlanjutan tanpa kualitas tidak menciptakan nilai strategis bagi institusi.

3. Standardisasi Tata Kelola digital

Fragmentasi performa *website* pada jaringan Hidayatullah menunjukkan bahwa organisasi berbasis jejaringan tidak dapat membangun kekuatan digital kolektif tanpa integrasi paradigma, tata kelola, dan sistem produksi konten yang terstandarisasi. Ketimpangan performa antar cabang serta dominasi pengelolaan yang bersifat parsial memperlihatkan bahwa keberhasilan digital tidak dapat bergantung pada inisiatif individual atau momentum temporer semata. Oleh karena itu, transformasi digital institusi memerlukan pembangunan sistem tata kelola yang mampu mengintegrasikan arah kebijakan, pola produksi konten, serta mekanisme keberlanjutan secara kolektif dan berjangka panjang.

4. Kerangka Transformasi Digital Institusi

Penelitian ini merumuskan suatu kerangka transformasi digital institusi yang menunjukkan bahwa performa *website* merupakan hasil dari proses struktural yang saling terhubung. Transformasi digital tidak dimulai dari teknologi semata, melainkan dari paradigma institusi dalam memandang *website* sebagai aset strategis. Paradigma tersebut kemudian termanifestasi dalam tata kelola digital, sistem produksi konten, pembentukan visibilitas digital, hingga akhirnya mempengaruhi reputasi dan daya saing institusi. Dengan demikian, performa

website dipahami bukan sebagai fenomena teknis yang berdiri sendiri, tetapi sebagai representasi dari kualitas transformasi institusional dalam menghadapi kompetisi berbasis visibilitas digital.

5. Model Sistem Konten Berkualitas dan Berkelanjutan Hidayatullah (MSK2B-H)

Penelitian ini merumuskan Model Sistem Konten Berkualitas dan Berkelanjutan Hidayatullah (*MSK2B-H*) sebagai kerangka strategis transformasi digital institusi berjejaring. Model ini menempatkan paradigma institusi sebagai fondasi utama yang diwujudkan melalui tata kelola digital, sistem produksi konten, distribusi konten, serta mekanisme evaluasi dan keberlanjutan yang terintegrasi. Dalam model ini, *website* tidak lagi diposisikan sekadar sebagai media informasi pasif, melainkan sebagai sistem produksi konten strategis yang membangun visibilitas, reputasi, dan daya saing institusi secara berkelanjutan. Dengan demikian, MSK2B-H menjadi model integratif yang menghubungkan paradigma, tata kelola, dan produksi konten dalam transformasi digital institusi.

Implikasi Strategis Transformasi Digital Institusi

1. Transformasi Paradigma Kepemimpinan

Transformasi digital institusi harus dimulai dari perubahan paradigma pada level kepemimpinan tertinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan performa digital tidak terutama ditentukan oleh kecanggihan teknologi, melainkan oleh kesadaran strategis pimpinan institusi dalam memandang *website* sebagai infrastruktur utama pembangunan visibilitas, legitimasi, dan daya saing digital. Paradigma kepemimpinan tersebut kemudian menentukan arah tata kelola digital, sistem produksi konten, alokasi sumber daya, serta keberlanjutan transformasi digital institusi secara keseluruhan.

2. Integrasi Tata Kelola Digital Berbasis Jejaringna

Organisasi berbasis jejaringan memerlukan integrasi tata kelola digital yang mampu menyatukan arah paradigma, sistem produksi konten, serta mekanisme distribusi dan keberlanjutan digital secara kolektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa fragmentasi pengelolaan *website* antar cabang menyebabkan ketimpangan visibilitas dan melemahkan kekuatan digital institusi secara keseluruhan. Oleh karena itu, transformasi digital tidak cukup dilakukan melalui penguatan unit-unit individual, tetapi memerlukan pembangunan ekosistem digital berjejaringan yang terkoordinasi, terstandarisasi, dan berorientasi jangka panjang

3. Penguatan Kultur Digital dan SDM

Transformasi digital institusi memerlukan pembangunan kultur digital yang mampu mendorong keberlanjutan sistem produksi konten secara kolektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan performa digital tidak terutama ditentukan oleh infrastruktur teknologi, melainkan oleh konsistensi, kesadaran, dan keterlibatan sumber daya manusia dalam memproduksi konten berkualitas secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM perlu diarahkan tidak hanya pada aspek teknis pengelolaan *website*, tetapi juga pada pembentukan kultur institusional yang menempatkan produksi konten digital sebagai bagian dari strategi dakwah, legitimasi, dan daya saing organisasi.

4. Monitoring dan Evaluasi Berbasis Data Analitik

Monitoring dan evaluasi transformasi digital perlu dilakukan secara berbasis data analitik untuk memastikan keberlanjutan sistem tata kelola digital institusi. Dalam konteks penelitian

ini, data trafik, visibilitas, dan peringkat *website* tidak dipahami sekadar sebagai indikator teknis, melainkan sebagai representasi empiris dari kualitas paradigma, tata kelola, dan sistem produksi konten yang dijalankan institusi. Oleh karena itu, penggunaan data analitik perlu diarahkan sebagai instrumen refleksi dan diagnosis strategis dalam membaca efektivitas transformasi digital, mengidentifikasi ketimpangan performa antar unit, serta membangun mekanisme evaluasi yang berorientasi pada keberlanjutan dan penguatan daya saing digital institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Eisenstein, L. (2021, July 20). The difference between governance and management. BoardEffect. Diperoleh dari <https://www.boardeffect.com/blog/difference-between-governance-management/>
- Elsayed, A. M. (2017). Web content strategy in higher education institutions. *Information Development*, 33(5), 462–474. doi:10.1177/0266666916671387
- Garon, G. (2018, June 11). The institutional *website*: Digital front door and control center. EDUCAUSE Review. Diperoleh dari <https://er.educause.edu/articles/2018/6/the-institutional-website-digital-front-door-and-control-center>
- Makhful, M., Pratama, H. C., Badharudin, A. Y., & Azhar, A. A. (2025). Pendampingan pengembangan *website* informasi Pesantren Muhammadiyah Banyumas sebagai media dakwah menuju pesantren berkemajuan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(11), 2361–2372. doi:10.33084/pengabdianmu.v10i11.10443
- Richmond, N. (2016). Using social media to drive *website traffic* and engagement. *Journal of Education Advancement & Marketing*, 1(1), 74–83.
- Saputra, M., & Rufai, A. (2018). Analisis popularitas *website* untuk meningkatkan business intelligence menggunakan Similar Web. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis* 2018, 345–354.
- Susanti, R., & Cahyono, N. (2024). Analisis dan perbandingan performa *website* penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi swasta Yogyakarta. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(6), 12044–12050.