

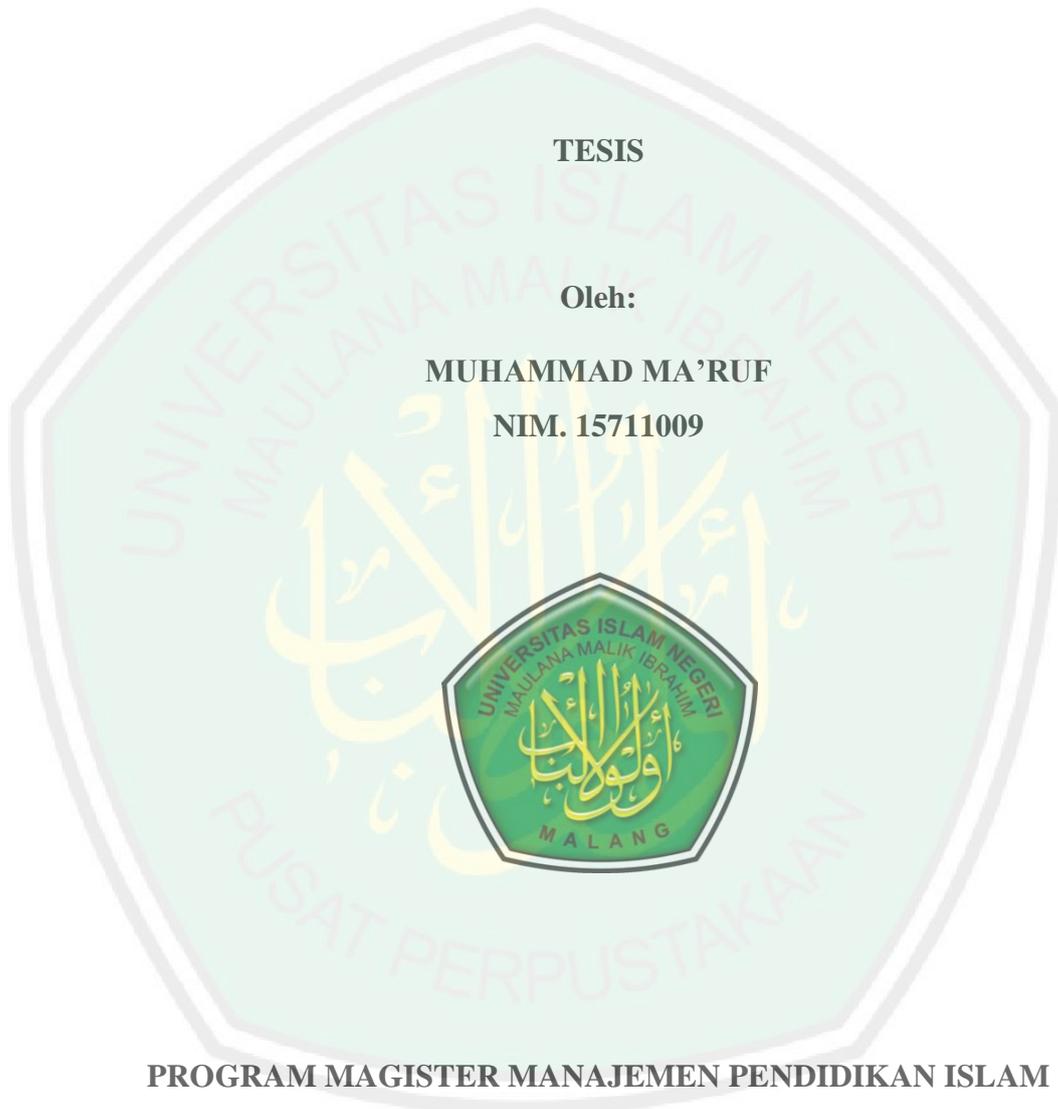
MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MENGEMBANGKAN CITRA PONDOK PESANTREN
(Studi Multi Situs di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo
dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang)

TESIS

Oleh:

MUHAMMAD MA'RUF

NIM. 15711009



PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

2018

MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MENGEMBANGKAN CITRA PONDOK PESANTREN
(Studi Multi Situs di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo
dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang)

Diajukan Kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan

Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

MUHAMMAD MA'RUF

NIM. 15711009

Dosen Pembimbing:

1. **Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag**
NIP: 196712201998031002
2. **Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag**
NIP: 197112111999031003

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul: **Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren (Studi multi situs di pondok pesantren An-Nur 2 dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 Malang)** telah diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 11 Juli 2018 dan dinyatakan lulus.

Dengan penguji:

1. **Dr. Isti'ahah Abu Bakar, M.Ag**
NIP. 197707092003122004

(.....)
Ketua

2. **Dr. H. Imam Muslimin, M.Ag**
NIP. 196603111994031007

(.....)
Penguji Utama

3. **Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag**
NIP. 196712201998031002

(.....)
Pembimbing I

4. **Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag**
NIP. 197112111999031003

(.....)
Pembimbing II

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Muhyadi, M.Pd.I
NIP. 195507171982031005

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ma'ruf

NIM : 15711009

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Penelitian : Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren (Studi Multi Situs di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 25 Juni 2018

Hormat Saya,

Muhammad Ma'ruf

NIM. 15711009

MOTTO

وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*“Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu,
dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”*



PERSEMBAHAN

Dengan ungkapan rasa syukur Alhamdulillah, Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah mencurahkan daya dan upayanya demi pendidikan anak-anaknya hingga ke jenjang Perguruan Tinggi.
2. Adikku tercinta, Shubriyah dan istri tercinta Masfufah Iza A'yun yang selalu memberikan semangat dalam setiap hembusan nafas langkah mencari ilmu.
3. Sahabat MPI 2015, terimakasih banyak telah memberikan motivasi dan semangat, sehingga tesis ini bisa terselesaikan.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT, Alhamdulillah berkat rahmat dan petunjuk Allah, penulis bisa menyelesaikan tesis dengan judul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren (Studi Multi Situs di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang)” dengan baik dan lancar, dan semoga dapat memberikan manfaat. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman *jahiliyah* ke jalan yang benar.

Tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, beserta para wakil rektor atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama menempuh studi.
2. Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Bapak Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd. atas segala pelayanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua jurusan Magister Manajemen Pendidikan Islam, Bapak Dr. Wahidmurni, M.Pd., Ak dan sekretaris jurusan ibu Dr. Istianah Abu Bakar, M.Pd. atas pelayanan selama menempuh studi.
4. Dosen pembimbing I, Bapak Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Dosen pembimbing II, Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Pengasuh pondok pesantren An Nur 2 dan pondok modern Al-Rifa’ie 2 beserta seluruh guru dan staff-staffnya yang telah meluangkan waktunya dalam membantu terselesaikannya tesis ini.
7. Semua dosen dan semua staff tata usaha Pascasarjana Univesitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak mungkin disebutkan

satu persatu, yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan - kemudahan selama menyelesaikan studi.

8. Kedua orang tua, ayahanda Bapak Sunardi dan Ibunda Misiati yang tiada henti-hentinya memberikan motivasi, bantuan materiil, dan do'a sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan studi, semoga menjadi amal yang diterima di sisi Allah SWT. Amin.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Batu, Juni 2018

Penulis,

Muhammad Ma'ruf



DAFTAR ISI

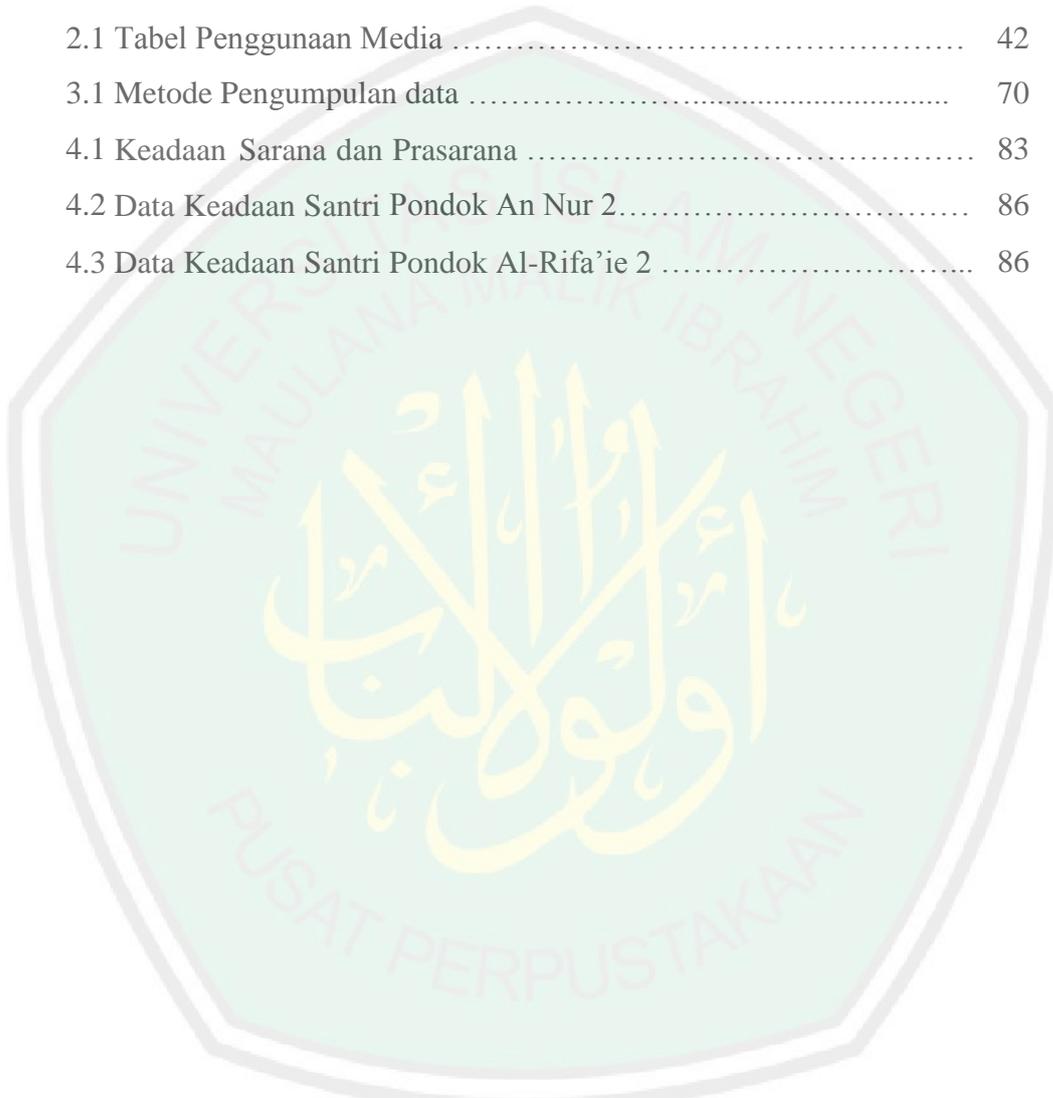
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks penelitian	1
B. Fokus penelitian.....	13
C. Tujuan.....	14
D. Manfaat penelitian	14
E. Orisinilitas penelitian.....	15
F. Penegasan istilah	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Konsep Manajemen.....	20
1. Pengertian Manajemen	20
2. Prinsip – Prinsip Manajemen.....	21
B. Konsep Hubungan Masyarakat	22
1. Pengertian Hubungan Masyarakat	22
2. Fungsi Hubungan Masyarakat	25
3. Jenis-jenis Hubungan Masyarakat	27
4. Strategi Operasional Hubungan Masyarakat.....	28
5. Hubungan Masyarakat dalam Pandangan Islam	29
C. Konsep Citra.....	33
1. Pengertian Citra	33
2. Proses Pembentukan Citra	34

3. Komponen Dalam Mengembangkan Citra Lembaga.....	36
D. Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra	
Lembaga Pendidikan	39
1. Perencanaan Program Kerja Hubungan Masyarakat	39
2. Implementasi Program Hubungan Masyarakat.....	42
3. Evaluasi Program Hubungan Masyarakat.....	58
4. Hambatan dalam Mengembangkan Citra.....	62
E. Kerangka Berfikir	66
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan, Jenis dan Rancangan Penelitian.....	67
B. Latar Penelitian	68
C. Sumber Data Penelitian	69
D. Teknik Pengumpulan Data.....	70
E. Teknik Analisis Data	72
F. Pengecekan Keabsahan Data	75
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	78
1. Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo	78
a. Sejarah Pondok Pesantren.....	78
b. Visi dan Misi	79
c. Konsep Pendidikan	80
d. Struktur Organisasi.....	80
e. Sarana dan Prasarana	83
f. Guru dan Karyawan	85
g. Peserta Didik	86
2. Pondok Modern Al-Rifa'ie 2	87
a. Sejarah Pondok Pesantren.....	87
b. Visi dan Misi	89
c. Konsep Pendidikan	89
d. Struktur Organisasi.....	90
e. Sarana dan Prasarana	90
f. Guru dan Karyawan	91

g. Peserta Didik	91
B. Paparan Data Penelitian	93
1. Paparan Data di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo	93
a. Proses Perencanaan Humas Dalam Mengembangkan Citra	93
b. Implementasi Humas Dalam Mengembangkan Citra.....	95
c. Kendala Humas Dalam Mengembangkan Citra	104
2. Paparan Data di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2	106
a. Proses Perencanaan Humas Dalam Mengembangkan Citra	106
b. Implementasi Humas Dalam Mengembangkan Citra.....	109
c. Kendala Humas Dalam Mengembangkan Citra	118
C. Temuan Penelitian	120
BAB V PEMBAHASAN	
A. Proses Perencanaan Humas dalam Mengembangkan Citra	124
B. Implementasi Program Humas dalam Mengembangkan Citra	128
C. Kendala program humas dalam mengembangkan citra	134
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140

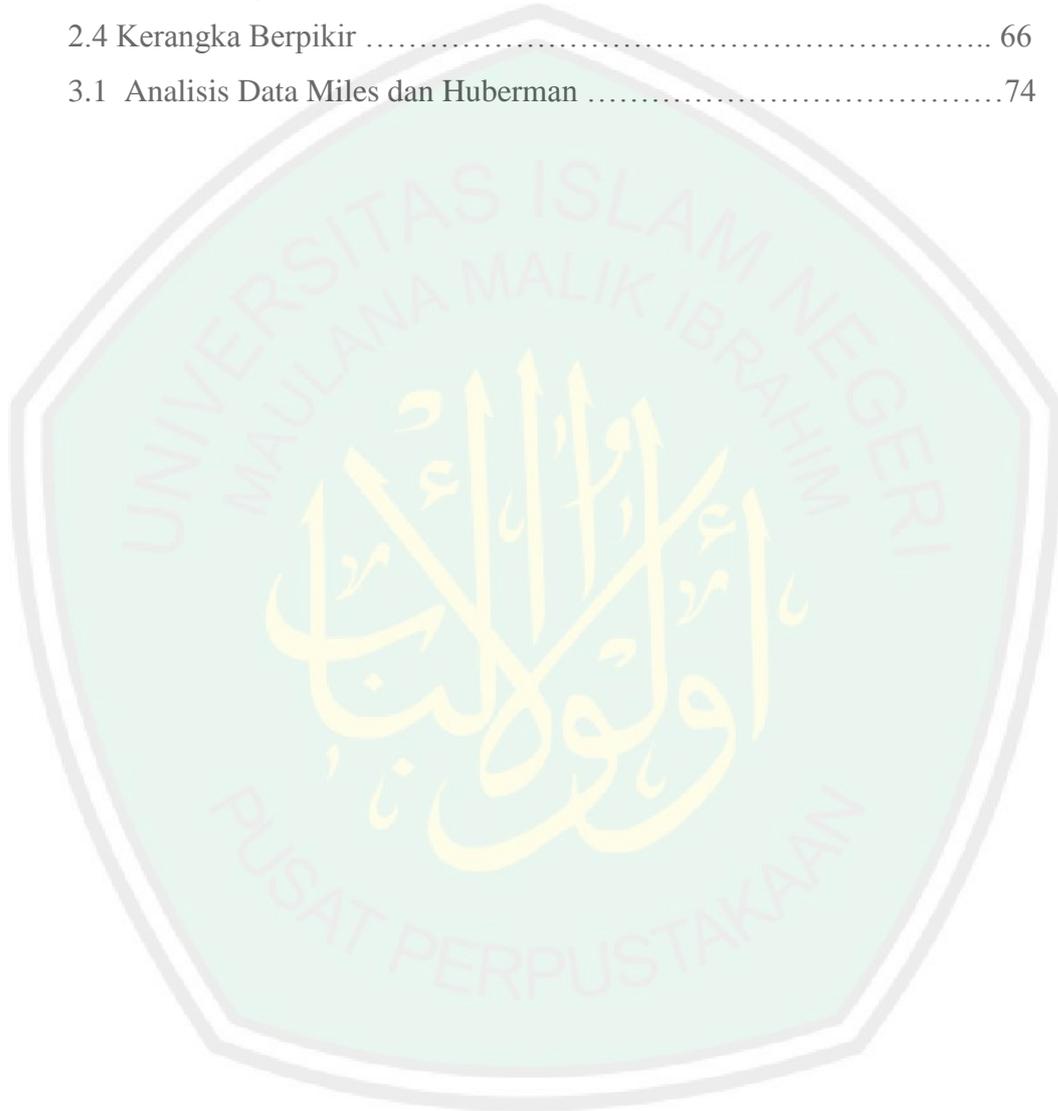
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Prestasi Pondok pesantren	10
1.2 Perkembangan santri	12
1.3 Orisinalitas Penelitian	17
2.1 Tabel Penggunaan Media	42
3.1 Metode Pengumpulan data	70
4.1 Keadaan Sarana dan Prasarana	83
4.2 Data Keadaan Santri Pondok An Nur 2.....	86
4.3 Data Keadaan Santri Pondok Al-Rifa'ie 2	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Pembentukan Citra	36
2.2 Langkah perencanaan Humas	42
2.3 Proses Kerja Humas	46
2.4 Kerangka Berpikir	66
3.1 Analisis Data Miles dan Huberman	74



ABSTRAK

Ma'ruf, Muhammad, 2018. *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren* (Studi Multi Situs di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang), Tesis, Magister Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: 1) Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag. 2) Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.

Kata Kunci : Manajemen Humas dan Citra Positif

Dewasa ini, humas (hubungan masyarakat) bukan hanya menjadi pelengkap dari sebuah organisasi atau lembaga, akan tetapi telah menjadi tumpuan yang sangat menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan organisasi tersebut. Tugas dan fungsi utama dari humas sendiri adalah berusaha membentuk opini atau citra positif bagi organisasi atau lembaga di mana humas tersebut berada. Pondok pesantren An Nur 2 dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 merupakan suatu lembaga pendidikan yang cukup dikenal dan memiliki bagian humas (hubungan masyarakat) yang sangat diandalkan dalam rangka membentuk citra positif terhadap masyarakat atau publik baik secara internal maupun eksternal.

Tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis proses perencanaan program humas, 2) menganalisis implementasi program humas, 3) menganalisis kendala yang dihadapi humas dalam mengembangkan citra di pondok pesantren An-Nur 2 dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan rancangan penelitian studi multi situs. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data melalui perpanjangan pengamatan, triangulasi dan menggunakan referensi.

Hasil penelitian ini adalah 1) proses perencanaan humas menerapkan beberapa langkah yaitu; a) Penyusunan program humas berdasar pada visi misi pesantren, b) Penyusunan program humas dilaksanakan oleh pengasuh, jajaran direktur, majelis keluarga dan tim humas, c) Penyusunan program baru berpijak pada program lama dan hasil evaluasi, d) Penyusunan program humas memperhatikan kebutuhan masyarakat. 2) implementasi program humas meliputi; a) Menciptakan *Brand Image* Pesantren, b) Menggunakan Media, c) Memberikan fasilitas terbaik dan program unggulan, d) Memberi pelayanan terbaik, e) Pengajian Ahad Legi, f) Istighotsah, g) Unit Usaha Pondok Pesantren, h) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), i) Baitul Maal wat Tamwil (BMT), j) Ikatan Alumni. 3) kendala yang dialami humas meliputi; a) Kurangnya partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pondok pesantren, b) Rasio antara tenaga pengajar dan santri kurang proporsional karena kuantitas santri yang membludak dan adanya beberapa program baru, c) Kurangnya partisipasi dari para guru dalam kegiatan humas, d) perkembangan pondok yang sangat pesat sehingga berdampak pada semakin bertambahnya kebutuhan sumber dana dan tenaga pendidik.

ABSTRACT

Ma'ruf, Muhammad, 2018. The Management of Public Relations in Developing the Imagery of Islamic Boarding School (Multi Site Study in Annur 2 Al-Murtadlo Islamic Boarding School and Al-Rifa'ie 2 Modern Islamic Boarding School Malang). Thesis, Post graduate Islamic Education Management Maulana Malik Ibrahim Islamic State University. Advisors: 1) Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag. 2) Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.

Keywords : The Management of Public Relations and Positive Images

Today, public relation is not only a complement to an organization or institution, but has become a decisive foundation for the success or success of the organization. The main task and function of the public relations itself is trying to form a positive opinion or image for the organization or institution in which the public relations is located. An Nur 2 Islamic boarding school and Al-Rifa'ie 2 modern islamic boarding school is an educational institution that is well known and has a very reliable public relations department in order to establish a positive image of the community both internally and externally.

The purpose of this research is 1) to analyze the planning process of public relations program, 2) to analyze the implementation of public relations program, 3) to analyze the obstacles faced by the public relations in developing the image in An Nur 2 islamic boarding school and Al-Rifa'ie 2 modern Islamic boarding school Malang. This study used a qualitative approach with a descriptive research type with a multi-site study research design. Data collection using observation, interview and documentation techniques. Data analysis using Miles and Huberman model, ie data reduction, data presentation and conclusion. Checking the validity of data through extension of observation, triangulation and using references.

The results of this study are 1) planning process to implement several steps, namely; a) Preparation of public relations programs accordance with the vision of the mission, b) Preparation of public relations programs carried out based on the results of meetings between caregivers and public relations teams, c) Preparation of new programs based on the old program and evaluation results, d) Preparation of public relations programs should always pay attention to community needs . 2) implementation of public relations program include; a) creating brand image islamic boarding school, b) using media, c) providing the best facilities and superior programs, d) providing the best service, e) pengajian ahad legi, f) Istighotsah, g) business unit pondok pesantren, h) Hajj Guidance Group (KBIH), i) Baitul Maal wat Tamwil j) alumni association. 3) constraints faced by public relations include; a) Lack of community participation in islamic boarding school activities, b) limited learner due to large number of santri and new programs, c) low participation of young teachers in public relations activities with religious nuances, d) impact on the lack of human resources and sources of funds.

مستخلص البحث

معروف، مُجَّد. ٢٠١٨. دور العلاقات العامة في تطوير صور المؤسسات التربوية الإسلامية (دراسة متعددة المواقع في المعهد الإسلامية النور ٢ و المعهد الحديث الرفاعي ٢ مالانج). رسالة الماجستير، قسم إدارة التربية الإسلامية بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأولى: الدكتور الحج أحمد فاتح يس الماجستير، المشرف الثانية الدكتور الحج نور أسناوي الماجستير.

الكلمات الرئيسية : دور العلاقات العامة والصور الإيجابية

اليوم ، العلاقات العامة ليست مجرد مكملة لمنظمة أو مؤسسة ، ولكنها أصبحت أساسًا حاسمًا لنجاح أو نجاح المنظمة. المهمة الرئيسية والوظيفة الرئيسية للعلاقات العامة نفسها تحاول تشكيل رأي إيجابي أو صورة للمؤسسة أو المؤسسة التي تقع فيها العلاقات العامة. المعهد الاسلامي النور ٢ المرتضى و المعهد الحديث الرفاعي ٢ هي مؤسسة تعليمية معروفة ولديها قسم علاقات عامة موثوق به للغاية من أجل إنشاء صورة إيجابية للمجتمع سواء داخليًا أو خارجيًا.

الغرض من هذا البحث هو (١) تحليل عملية تخطيط برنامج العلاقات العامة ، (٢) تحليل تنفيذ برنامج العلاقات العامة ، (٣) تحليل العقبات التي تواجه العلاقات العامة في تطوير الصورة في المعهد الاسلامي النور ٢ المرتضى و المعهد الحديث الرفاعي ٢ مالانج. استخدمت هذه الدراسة المنهج النوعي في مجال البحث وصفي مع تصميم الدراسة في مواقع متعددة. جمع البيانات باستخدام تقنيات الملاحظة والمقابلة والتوثيق. تحليل البيانات باستخدام نموذج مايلز وهويرمان، وهي الحد من البيانات، وعرض البيانات والاستنتاج. التحقق من صحة البيانات من خلال تمديد المراقبة، والتثليث واستخدام المراجع.

نتائج هذه الدراسة هي (١) عملية تخطيط العلاقات العامة لتنفيذ عدة خطوات ، وهي: (أ) يجب أن يكون إعداد البرنامج وفقا للرؤية والرسالة (ب) وضع برنامج للعلاقات العامة وينفذ بناء على نتائج الاجتماع بين مقدمي الرعاية وفريق العلاقات العامة، (ج) إعداد برنامج جديد يعتمد على البرنامج القديم ونتائج التقييم، (د) وضع البرنامج ينبغي أن تولي اهتماما دائما لتلبية احتياجات المجتمع ، (٢) يشمل تنفيذ برنامج العلاقات العامة ؛ (أ) إنشاء مدرسة داخلية علامة تجارية الصورة، (ب) عن طريق وسائل الإعلام، (ج) توفير أفضل التسهيلات والبرنامج الرئيسي، (د) توفير أفضل خدمة، (هـ) مجلس التعليم (و) استغاثة، (ز) مدرسة حدة الأعمال الصعود، (ح) فريق التوجيه الحج، (ط) بيت المال، (ي)

جمعية الخريجين. ٣) القيود التي تواجهها العلاقات العامة تشمل: أ) عدم المشاركة الشعبية في أنشطة المدرسة الداخلية، ب) عدم وجود هيئة التدريس بسبب العديد من الطلاب وبرامج جديدة، ج) انخفاض مشاركة المعلمين الذين هم من الشباب في أنشطة العلاقات العامة الدقة في درجات الختالف الدينية، د) تطوير المنزلية بسرعة كبيرة جدا تأثير على نقص الموارد البشرية ومصادر الأموال.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga pendidikan Islam mulai mendapat perhatian ketika pemerintah Indonesia mengesahkan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas, dimana dalam Undang-Undang tersebut mengakui lembaga pendidikan Islam sebagai lembaga pendidikan formal sejajar dengan lembaga-lembaga pendidikan yang ada dalam Kementerian Pendidikan Nasional. Dengan adanya aturan per-undangan tersebut bukan berarti permasalahan lembaga pendidikan Islam telah selesai, namun justru lembaga pendidikan Islam bagaikan mendapat tuntutan untuk berperan aktif dalam menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga pendidikan berbasis nilai Islam.¹

Pendidikan Islam merupakan salah satu komponen penting dalam perjalanan pendidikan di Indonesia. Bahkan Pendidikan Islam memiliki model pendidikan yang dikenal sebagai lembaga pendidikan pesantren². Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam pertama dan tertua di Indonesia dan keberadaannya telah banyak mendukung kelangsungan sistem pendidikan nasional. Pesantren dapat memberikan kontribusi riil karena ia mampu mencetak kader-kader intelektual yang siap untuk mengapresiasi potensi keilmuannya di masyarakat. Sebagai lembaga pendidikan Islam tertua, pesantren merupakan suatu model pendidikan yang sama tuanya dengan eksistensi agama Islam di Indonesia,

¹Suryadi, *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa, 2009), hlm. 38.

²Azumardi Azra, *Sejarah Pendidikan di Indonesia*, Hand out lepas Kuliah Tamu, Universitas Islam Negeri Malang, 2010.

ia bertahan bahkan berkembang hingga hari ini.³ Aya Sofia mengklaim sebagaimana dikutip Chusnul Chotimah⁴ bahwa ketahanan pondok pesantren disebabkan karena jiwa dan semangat kewiraswastaan yang tinggi. Sedangkan Ma'shum melaporkan ketahanan pesantren akibat dari pribadi kiai yang menonjol dengan ilmu dan visinya serta mampu melahirkan berbagai daya guna bagi masyarakat.

Keberadaan pesantren yang terdapat di daerah maupun di perkotaan memiliki akses yang sama dalam perbaikan yang berkelanjutan untuk membangun citra yang baik di masyarakat. Peluang pondok pesantren dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas sangat diperlukan mengingat sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam, sebagaimana yang dituliskan oleh Departemen Kementerian Agama Republik Indonesia.⁵ Di tahun 2010, 85,1% dari 240.271.522 penduduk Indonesia adalah pemeluk Islam, 9,2% Protestan, 3,5% Katolik, 1,8% Hindu, dan 0,4% Budha.

Berdasarkan fakta jumlah penduduk yang mayoritas muslim, pesantren dihadapkan pada dua tantangan, *pertama* kesiapan lembaga yang masih jauh tertinggal dengan lembaga-lembaga pendidikan non muslim. Sebagian besar lembaga pendidikan Islam masih diliputi oleh suasana dan semangat tradisional, yakni dengan manajemen "seadanya", kurang disiplin, menerima apa adanya dan seterusnya. *Kedua*, upaya pembenahan yang bersifat *intern* baik sumber daya manusia-nya maupun sumber daya non manusia. Sebagian besar lembaga

³Imam Tolkhah dan Barizi, *Membuka Jendela Pendidikan Mengurai Akar Tradisi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 49.

⁴Chusnul Chotimah, "Strategi Public Relation Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga pendidikan Islam," *Islamica*, 1 (September 2012), hlm. 187.

⁵Bimas, 2011, *Index Jumlah persebaran Umat beragama*, Departemen Kementerian Agama Republik Indonesia

pendidikan Islam mengalami permasalahan sumber daya manusia yang kurang memadai. Akibatnya, lembaga tidak menghasilkan citra dan *output* sebagaimana yang diharapkan sebagai representasi atau personifikasi ajaran Islam⁶.

Dewasa ini, masyarakat ikut berperan dalam menentukan maju mundurnya suatu lembaga pendidikan. Sebab, maju tidaknya suatu pendidikan dapat dilihat dari seberapa jauh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Sehingga, para manajer pendidikan harus menemukan cara atau strategi yang tepat dalam menciptakan iklim lembaga yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat di sekitarnya. Pendapat ini diistilahkan Tilaar sebagai pendidikan bersama-sama masyarakat, yaitu masyarakat diikutsertakan di dalam program-program pemerintah yang telah mendapat persetujuan masyarakat karena lahir dari kebutuhan nyata dari masyarakat itu sendiri⁷.

Akan tetapi banyak juga lembaga pendidikan pondok pesantren yang memiliki hubungan kurang harmonis dengan masyarakat. Hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor. Menurut Dean Kruckeberg dalam penelitiannya, idealnya organisasi dan masyarakat harus terjalin hubungan yang harmonis. Sebaliknya, jika organisasi tidak menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, maka akan timbul rasa enggan dari masyarakat untuk memberikan aspirasinya. Lebih dari itu, masyarakat tidak memperoleh informasi yang akurat dan transparan terkait dengan proses dan pengelolaan pendidikan, sehingga timbul kesenjangan hubungan antara lembaga dengan masyarakat sebagai

⁶Imam Suprayogo, *Quo Vadis Madrasah: Pengajaran Iman Menuju Madrasah Impian*, Editor Rasmianto, (Yogyakarta: Hikayat, 2007), hlm. 18.

⁷Tilaar, H.A.R., *Pendidikan Kebudayaan dan Masyarakat Madani Indonesia; Strategi Reformasi Pendidikan Nasional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 169.

pelanggan pendidikan⁸. Akibatnya, komunikasi di dalam lembaga tidak berjalan dengan baik.

Menurut Shahram Gilaninia, dkk beberapa faktor yang menyebabkan minimnya sinergisitas antara lembaga dan masyarakat adalah kurang maksimalnya peran humas dalam organisasi. Faktor lain adalah tidak ditematkannya fungsi humas di dalam lembaga pendidikan secara tepat⁹. Kesenjangan tersebut berdampak pada nilai atau anggapan dan opini masyarakat terhadap *image* lembaga pendidikan yang kurang baik. Posisi humas dalam lembaga pendidikan dapat meng-aktifkan pandangan dan opini publik terkait dengan pendidikan yang dijalankan oleh sebuah lembaga pendidikan atau pesantren¹⁰.

Selain itu, terkadang yang menyebabkan bidang humas kurang berjalan baik dalam organisasi pendidikan adalah karena manajemen yang kurang baik, akibatnya berpengaruh terhadap *image* lembaga. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sumantra Ghoshal dari Advanced Institute of Management Research (AIM), UK and London Business School menyebutkan bahwa sekolah-sekolah di Inggris mengalami penurunan yang sangat drastis dalam banyak bidang yang disebabkan manajemen yang kurang baik. Penurunan tersebut disebabkan oleh sebuah teori baru dalam praktiknya di lembaga pendidikan yang disebut dengan “manajemen jahat”, yang dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap manajemen sekolah yang selama ini diterapkan. Sebenarnya

⁸Dean Kruckeberg, *The Future of PR Education: Some Recommendations*, Journal Public Relations Review, (Vol. 24, No. 2, pp. 235-248), hlm. 238.

⁹Shahram Gilaninia, et.al., *The Impact of Public Relations Performance on Market Share of Firms: Case Study: Power Battery Manufacturing in Isfahan*, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Bussines, (Vol. 5, No. 5, September 2013), hlm. 357.

¹⁰Kingsley Agyapong, et.al., *Educational Public Relations Functions in Private Tertiary Universities in Ghana*, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Bussines, (Vol. 4, No. 11, March 2013), hlm. 162.

hal ini bisa diatasi, namun pihak sekolah tidak menemukan jalan komunikasi yang baik dengan masyarakat, sehingga hubungan antara sekolah dengan masyarakat menjadi *miss* (tidak jelas)¹¹.

Senada dengan beberapa hasil penelitian di atas, peneliti juga mengalami hal tersebut yaitu ketika peneliti observasi di sebuah sekolah swasta yang notabnya bisa dikatakan sekolah tersebut tidak mati juga tidak hidup. Hal itu bisa terjadi karena banyak faktor, diantaranya adalah manajemen seadanya, kedisiplinan yang kurang, sering jam kosong, fasilitas yang minim, hubungan masyarakat yang kurang baik, dll. Akan tetapi, tidak mungkin semua permasalahan yang ada dapat diteliti sekaligus oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti yang terkait dengan humas, karena ketika sekolah memiliki kekurangan fasilitas dan manajemen seadanya akan tetapi jika didukung dengan komunikasi yang baik dengan masyarakat besar harapannya sekolah tersebut masih mendapat apresiasi dari masyarakat.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kejelasan informasi yang disampaikan oleh pihak lembaga kepada masyarakat atau sebaliknya berpengaruh terhadap manajemen (pengelolaan) lembaga pesantren. Kenyataan tersebut menggambarkan bahwa humas berpengaruh terhadap sistem kelembagaan pendidikan.

Humas merupakan jembatan antara lembaga dan lingkungan eksternal atau masyarakat. Definisi humas menurut Rex F. Harlow dalam Onong U. Effendi¹² humas adalah:

¹¹Sumantra ghosbal, *Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices Academy of Management Learning & Education*, (Vol. 4, No. 1, 2005), hlm. 75-91.

¹²Onong U. Effendi. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 21.

Fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggap terhadap opini public, menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.

Berdasarkan pengertian di atas, Hubungan masyarakat merupakan mediator komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dan masyarakat yaitu lembaga menyampaikan informasi-informasi secara terbuka tentang suasana atau kondisi lembaganya dan masyarakat harus memberikan tanggapan, kritikan, masukan serta menyumbangkan ide-ide untuk mendukung kemajuan lembaga tersebut. Dengan kata lain, humas harus mampu mengupayakan terciptanya citra positif dengan jalan menciptakan sesuatu yang unik serta kegiatan yang baik untuk menarik perhatian dan menarik simpati lingkungan eksternal terhadap pesantren, sehingga masyarakat mau bekerjasama atau menggunakan jasa lembaga pesantren tersebut.

Masalah citra lembaga ini penting, karena akan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap eksistensi pesantren tersebut, akan tetapi masih banyak lembaga pesantren yang masih belum bisa memperbaiki citra lembaganya dengan baik. Sehingga dibutuhkan berbagai langkah-langkah strategis untuk membenahi citra lembaga pendidikan Islam tersebut.

Citra sebuah lembaga pendidikan merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi suatu lembaga manapun termasuk pesantren. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Definisi citra yang oleh Lawrence L Steinmetzs,¹³ diartikan sebagai “pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi”.

Menurut Yulianita,¹⁴ citra yang baik itu adalah ketika sebuah lembaga mampu: 1) menciptakan public understanding (*pengertian public*), 2) memiliki public confidence (*adanya kepercayaan public terhadap lembaga*), 3) memiliki public support (*adanya unsur dukungan dari public*), 4) memiliki public corporation (*adanya kerjasama dari public terhadap lembaga*).

Richard R. Dolphin¹⁵ dalam tulisannya yang berjudul “*Corporate Reputation – a value creating strategy*”, mengatakan:

The first is that today’s winning companies recognize that a good reputation is a recognizable tool of differentiation. The second is that professional communication directors see the role of guardian of their corporation’s reputation as a central focus of their job. The last emerging theme is that the difference between corporate image and reputation (if there is one) remains very much a matter of scholarly debate.

Jadi citra yang baik akan menjadi ciri khas suatu lembaga pendidikan atau organisasi dalam konteks daya saing. Citra lembaga pendidikan tidak bisa direkayasa. Citra akan terbentuk jika performa lembaga benar-benar seperti yang diberitakan oleh lembaga tersebut. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang di tempuh oleh lembaga tersebut sehingga komunikasi dan keterbukaan lembaga merupakan salah satu kunci penting untuk mendapat citra yang positif. Hal tersebut dipertegas dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surat Al-Ahzab ayat 70:

¹³Siswanto sutojo. *Membangun Citra Perusahaan*. (Jakarta: Damar Mulia, 2004), hlm. 1.

¹⁴Yulianita. *Dasar-Dasar Public Relations*. (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas, 2005) hlm. 47.

¹⁵Richard R. Dolphin, “*Corporate Reputation – a value creating strategy*”. *Corporate Governance Vol. 4 No. 3 2004*, hlm. 77-92.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.¹⁶

Dan dalam surat An-Nisa’ ayat 63:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.¹⁷

Berdasarkan ayat-ayat di atas jelas bahwa dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan, harus menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan serta menggunakan perkataan yang jelas sehingga penyampaian tersebut dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dengan membangun citra lembaga, diharapkan dapat mempengaruhi calon santri atau peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan.

Kemampuan lembaga pendidikan dalam membangun citra sangatlah penting agar publik atau masyarakat mengenal lembaga tersebut. Citra dapat dibangun dengan sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan publik atau lingkungan eksternal seperti pameran, kerja bakti, dan studi lapangan. Hal ini bagus untuk membangun citra lembaga yang memiliki kegiatan dan prestasi yang diunggulkan.¹⁸

¹⁶QS. al-Ahzab (33): 70.

¹⁷QS. An-Nisa’ (4): 63.

¹⁸Rofiul, 2008. Sekolah dan Marketing, <http://rofiul.blogdetik.com/2008/12/23/sekolah-dan-marketing/>, diakses pada tanggal 20/3/2017 pukul 10.30 wib.

Diantara lembaga pendidikan pondok pesantren yang mampu bertahan dan eksis sampai sekarang adalah Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang. Kedua lembaga tersebut dapat berkembang dengan baik karena tidak lepas dari kerja keras praktisi humas dalam membina dalam menjalin komunikasi dengan berbagai pihak yang menjadi *stakeholder* di lembaga tersebut.

Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo didirikan oleh KH. Muhammad Badruddin Anwar, Pesantren ini terletak di desa Kreet senggong, Bululawang, Malang, Jawa Timur. Pondok pesantren ini dulunya hanya 9 orang santri, namun seiring berjalannya waktu, kini Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo sudah memiliki santri kurang lebih sebanyak 5.500 orang, dari berbagai Provinsi di Indonesia. Hal ini sebagaimana pernyataan Nur Hasan yang mengatakan sebagai berikut:

Syi'ar yang dilakukan pondok pesantren kepada masyarakat yakni tidak hanya melalui publikasi, spanduk, *nameboard* dan lain-lain. Akan tetapi, kami memiliki kunci utama pada *humas*, yaitu kami memilih jalur sosialisasi melalui kiprah atau *khidmah*. Kami penyambung lidah kepada masyarakat. Seperti yang telah membudaya di pondok pesantren ini, yaitu melalui berbagai kegiatan yang dikelola oleh para alumni yang berada dibawah naungan humas. Hal tersebut merupakan salah satu cara *public relations* di pondok pesantren ini.¹⁹

Pada awalnya pesantren ini memang hanya mengajarkan pelajaran agama dengan metode kitab kuning. Namun saat ini sudah menjadi salahsatu Pesantren Modern yang memiliki jenjang atau tingkatan dari SD, SMP, SMU hingga perguruan tinggi.

Bukan hanya jumlah santri yang bertambah. Gedung yang awalnya berbentuk pendopo dan terbuat dari bambu, kini sudah berdiri megah dengan

¹⁹Nur Hasan. Wawancara di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Malang. 19 april 2017

berbagai asrama yang cukup memadai. Bukan hanya gedung dan fasilitas, tapi pesantren ini juga berhasil membuat Koperasi Pesantren (Kopontren) yang sudah berkembang dengan berbagai badan usaha seperti Swalayan, SPBU, pertokoan bahkan Pertanian tebu yang dikelola koperasi melalui santri dan wali santrinya²⁰.

Kuantitas santri semakin tahun semakin bertambah di pesantren ini, akan tetapi hal tersebut juga diimbangi dengan kualitas pendidikannya yang terus mengalami perkembangan. Hal ini dibuktikan dengan perolehan prestasi yang diraih dari berbagai bidang perlombaan, baik di kawasan lokal Malang raya, provinsi dan nasional.

Tabel 1.1
Data Prestasi Pondok Pesantren

No	Prestasi	Keterangan
1	Juara 1	lomba nadzom alimriti tingkat jawa timur
2	Juara 1	lomba baca dan sarah kitap kuning
3	Juara 2	lomba dai / daiyah se malang
4	Juara 3	lomba kesenian daerah indonesia sharia
5	Juara 1	lomba penulisan esai ke budayaan se eks koresidenan malang
6	Harapan 3	festifal sholawat al banjari se malang raya
7	Juara 2	tartil al quran kategori umum musabaqoh tilawatil quran tingkat kabupaten malang
8	Juara 2	musabaqoh olimpiade B. Arab pekan arabi 2017 UIN Malang
9	Juara 3	jatim zona 1 kategori hifnul nadzom tingkat ula pa

Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 di asuh oleh Dr. KH. Ahmad Muflih Zamachsyari, MM dan Dr. Ny. Hj. Luluk Zahrotul Maulidiyah, M.Pd senantiasa berorientasi untuk mewujudkan pendidikan pondok pesantren yang sinergi dengan

²⁰Fathul Bari. 2017. Sejarah Ponpes Annur 2 Al-Murtadlo. <https://www.goaceh.co/sejarah-ponpes-annur-2-malang-berawal-dari-9-santri-kini-mencapai-5500-orang/>, diakses pada tanggal 28/8/2017 pukul 09.30 Wib.

pendidikan formal dan diniyah dalam satu manajemen dengan prioritas kebutuhan pendidikan masa depan.

Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 mengemas pendidikan dengan sistem merger/mix (formal dan diniyah) yang dikelola oleh profesional muda yang kompeten dibidangnya dan didukung oleh sarana prasarana belajar yang representatif dengan lingkungan yang asri, sejuk, kondusif serta aman (security 24 jam) dan letak geografis yang strategis karena terletak diantara dua kecamatan Bululawang dan Gondanglegi dan dekat dengan pusat kota²¹.

Kemajuan dalam berbagai bidang yang dialami oleh Pondok Modern Al-Rifa'ie termasuk dalam bidang perkembangan fisik sarana dan prasarana dan prestasi yang diraih merupakan hasil dari kepercayaan masyarakat, tanpa kepercayaan masyarakat perkembangan tersebut akan sulit terealisasikan dengan baik. *Public relation* yang dilakukan oleh K.H. Achmad Zamachsyari selaku aktor utama sekaligus pengasuh keseluruhan wilayah nusantara bahkan sampai luar negeri, seperti; Brunei Darussalam, Malaysia, Saudi Arabia dan lain sebagainya melalui program *Al-Rifa'i Islamic Tour* ke negara-negara Islam sangat membantu perkembangan fisik dan kelancaran pengembangan yang dilaksanakan di Pondok Modern Al-Rifa'ie. Dari kepercayaan masyarakat sekitar maupun luar negeri inilah kemajuan demi kemajuan pondok modern Al-Rifa'ie semakin meningkat, sehingga proses pembelajaran yang dilaksanakan oleh warga pondok pesantren baik diniyah maupun formalnya dapat berjalan dengan baik²².

²¹Profil Pondok Modern pondok modern Al-Rifa'ie 2. <http://www.pmalrifaie2.com/selayang-pandang/>, diakses pada tanggal 28-8-2017 pukul 11.00 Wib.

²²Agus Majid. 2008. Implementasi Manajemen Hubungan Pondok Pesantren dengan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pondok Modern Al-Rifa'i. Skripsi, Program Studi Pendidikan Agama Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Tabel 1.2

Data Perkembangan Santri

No	Tahun Pelajaran	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	2012-2013		84	84
2	2013-2014		193	193
3	2014-2015	58	271	329
4	2015-2016	200	343	543
5	2016-2017	427	436	863
6	2017-2018	551	661	1212

Fenomena tersebut di atas, menunjukkan bahwa *public relations* atau hubungan masyarakat eksis dan berjalan di lingkungan pondok pesantren. Pesantren mendapatkan kepercayaan masyarakat berdasar orientasi non-profit, karena kepercayaan masyarakat diperoleh dari hasil/produk santri yang telah menuntut ilmu di pondok pesantren tersebut. Pesantren mampu mengubah masyarakat sekitarnya sebagai *agent of social change*, sehingga keberadaan pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan mendapatkan citra yang positif di masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 karena perkembangan pondok pesantren yang sangat pesat. Dalam setiap tahun ajaran baru santri yang masuk mencapai ratusan hingga ribuan santri. Hal tersebut tentu tidak lepas dari peran yang telah dilakukan oleh hubungan masyarakat dalam menciptakan citra yang baik terhadap lembaga. Sehingga, menarik bagi peneliti untuk mempelajari

bagaimana program dan strategi yang dilakukan pondok pesantren untuk mengembangkan citra lembaga tersebut.

Berangkat dari permasalahan tersebut di atas, maka peneliti mengusulkan penelitian yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan program humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang?
2. Bagaimana implementasi program humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang?
3. Bagaimana kendala yang dihadapi humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan perencanaan program humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.
2. Menganalisis implementasi program humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.
3. Menganalisis kendala yang dihadapi humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan lembaga pendidikan. Adapun manfaat dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis:
 - a. Memberikan sumbangan terhadap pengembangan manajemen lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam.
 - b. Membangun prinsip-prinsip pengembangan manajemen lembaga pendidikan Islam melalui konsep pencitraan.

- c. Memberikan rumusan serta kiat-kiat dalam mengembangkan lembaga pendidikan Islam dengan pencitraan positif pada lembaga pendidikan Islam.

2. Secara praktis

- a. Memberikan sumbangsih pemikiran baru terhadap praktisi pendidikan dalam menerapkan strategi humas dalam membangun citra lembaga terutama di pondok pesantren.
- b. Memberikan konsep serta analisa tentang pentingnya membangun citra pondok pesantren.

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian yang bertajuk maupun fokus pada pencitraan lembaga pendidikan relatif masih baru, hal ini dapat diketahui dari hasil penelusuran penulis dalam mengkaji hasil-hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang sudah ada belum membahas secara khusus model pengembangan citra pondok pesantren melalui humas. Namun demikian, setidaknya ada beberapa penelitian yang secara umum berkaitan dengan penelitian yang penulis paparkan.

Richard R. Dolphin (2004) dalam jurnalnya²³ meneliti tentang *strategi membangun citra perusahaan pada organisasi-organisasi yang ada di Inggris*, yang menghasilkan temuan bahwa adanya perhatian yang besar dari para praktisi dan akademisi, sehingga terjadi persaingan yang ketat antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya untuk memperoleh pasar atau konsumen. Dari sini perusahaan berupaya meningkatkan potensinya dan melakukan upaya

²³ Richard R. Dolphin, "Corporate Reputation – a value creating strategy". *Corporate Governance Vol. 4 No. 3 2004*

pencitraan melalui, *pertama*, komunikasi perusahaan dengan khalayak umum atau publik, *kedua*, menjaga reputasi yang baik dapat membawa peningkatan terhadap penjualan.

Sunarko (2009) dalam tesisnya²⁴ meneliti tentang Pencitraan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menghasilkan penelitian bahwa SMK di Trenggalek telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan kejuruan dengan cara meningkatkan standar kompetensi dan profesionalisme kerja guru, perbaikan pada struktur organisasi dengan memperjelas program dan tujuan organisasi yang berupa visi dan misi, serta penerapan model pendidikan yang diperlukan dan diharapkan oleh peserta didik.

Nur Anita Sofiyana (2012) dalam jurnalnya²⁵ meneliti tentang peran hubungan masyarakat dalam menjalin hubungan kerjasama guna membangun citra sekolah (studi kasus di MAN Denanyar Jombang) yang mana dalam penelitian tersebut ada beberapa poin yang dapat dijadikan sebuah hasil bahwa dalam membangun citra sekolah MAN Denanyar Jombang yaitu melakukan kerjasama dengan instansi-instansi luar dan juga faktor kualitas siswa, atau output siswa, pengelola madrasah tenaga pendidik, fasilitas sekolah, kepemimpinan dan prestasi-prestasi yang telah diraih oleh sekolah. Dan juga kerjasama dalam bidang kewirausahaan.

²⁴ Sunarko. 2009. *Pencitraan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Trenggalek*. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan, Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.

²⁵ Nur Anita Sofiyana. 2012. peran hubungan masyarakat dalam menjalin hubungan kerjasama guna membangun citra sekolah (studi kasus di MAN Denanyar Jombang). *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Universitas Negeri Surabaya.

Indhira Hari Kurnia (2013) dalam jurnalnya²⁶ meneliti tentang Strategi Hubungan masyarakat dalam meningkatkan reputasi sekolah yang menghasilkan temuan dengan beberapa poin yaitu *pertama*, menyelenggarakan ceramah ilmiah dengan pembicara pakar, *kedua*, meningkatkan SDM, *ketiga*, meningkatkan prestasi, *keempat*, melakukan hubungan baik dengan publik.

Hasil dari penelitian di atas dapat dipetakan secara sederhana dalam bagan berikut ini;

Tabel 1.3

Fokus Penelitian dan Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Richard R. Dolphin (2004) Strategi membangun citra perusahaan pada organisasi-organisasi yang ada di Inggris	Penelitian ini memfokuskan pada Strategi Komunikasi dalam membangun Citra perusahaan	Hasilnya menunjukkan bahwa Upaya yang dilakukan adalah: 1) perusahaan melakukan komunikasi dengan khalayak umum atau publik. 2) reputasi yang baik membawa peningkatan penjualan
2.	Sunarko, 2009, Pencitraan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di kabupaten Trenggalek	Penelitian ini memfokuskan pada upaya untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan kejuruan dan penerapan model pendidikan	Hasilnya menunjukkan bahwa Upaya yang dilakukan adalah: 1) meningkatkan standar kompetensi dan profesionalisme kerja guru. 2) perbaikan pada struktur organisasi dengan memperjelas program dan tujuan organisasi yang berupa visi dan misi. 3) penerapan model pendidikan yang diperlukan dan diharapkan oleh peserta

²⁶ Indhira Hari Kurnia. 2013. Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). Jurnal Pendidikan Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

			didik.
3.	Nur Anita Sofiyana (2012) Peran Hubungan Masyarakat dalam Menjalin Hubungan Kerjasama Guna Membangun Citra Sekolah (studi kasus di MAN Denanyar Jombang)	Penelitian ini memfokuskan pada Strategi Membangun Citra Sekolah MAN Denanyar Jombang	Hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah 1) melakukan kerjasama dengan instansi-instansi luar. 2) kualitas siswa, atau output siswa. 3) kepemimpinan dan prestasi-prestasi yang telah diraih oleh sekolah. 4) kerjasama dalam bidang kewirausahaan
4.	Indhira Hari Kurnia (2013) Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)	Penelitian ini memfokuskan pada Strategi Meningkatkan Reputasi Sekolah yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Surakarta.	Hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan humas adalah: 1) menyelenggarakan ceramah ilmiah dengan pembicara pakar. 2) meningkatkan SDM. 3) meningkatkan prestasi. 4) melakukan hubungan baik dengan publik

Sedangkan dalam penelitian ini akan memfokuskan pada, perencanaan program pengembangan citra pondok pesantren, implementasi humas dalam pengembangan citra pondok pesantren, serta kendala dalam pengembangan citra bagi Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.

F. Penegasan Istilah

Adapun definisi istilah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manajemen adalah proses untuk mengatur suatu program agar berjalan dengan baik dan tetap berada di jalurnya dimulai dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, manajemen yang dijalankan oleh Pondok

Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 dalam melaksanakan proses pendidikan pada masyarakat telah direncanakan sesuai teori dan fungsi manajemen itu sendiri.

2. Hubungan masyarakat adalah sebagai mediator komunikasi dua arah yang bertugas mengembangkan program pesantren dengan menyampaikan berbagai informasi tentang pondok pesantren kepada publik secara umum dengan cara tatap muka secara langsung dan tidak langsung. Humas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hubungan kerjasama Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 dengan berbagai pihak terutama pihak eksternal yaitu masyarakat dan instansi lain.
3. Citra Pondok Pesantren adalah kesan atau persepsi yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuannya dan pengalamannya terhadap tampilan fakta atau kenyataan suatu pesantren, sehingga apabila citra pesantren tersebut baik masyarakat akan berasumsi bahwa pesantren tersebut merupakan lembaga yang sudah memenuhi setandar pendidikan, dan pada akhirnya masyarakat akan mempunyai kepercayaan ketika menitipkan anaknya di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu *to manage* yang berarti mengatur, mengurus atau mengelola. Menurut Melayu S.P. Hasibun manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif yang didukung oleh sumber-sumber lain dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, dalam organisasi terdapat dua sistem yaitu sistem organisasi dan sistem administrasi.

Sedangkan para ahli berbeda-beda dalam memberikan pendapat terkait pengertian manajemen, adapun manajemen menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Mary Parker Follet, manajemen adalah seni karena untuk melakukan pekerjaan melalui orang lain dibutuhkan keterampilan khusus.
- b. Menurut Horold Koontz dan Cyril O'Donnel manajemen adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain.
- c. James A.F. Stoner mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.
- d. Lawrence A. Appley dan Oey Liang Lee menjelaskan bahwa sebagai seni dan ilmu, dalam manajemen terdapat strategi memanfaatkan tenaga

dan pikiran orang lain untuk melaksanakan aktivitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

- e. Dalam *Encyclopedia of the Social Science* dikatakan bahwa manajemen adalah proses pelaksanaan program untuk mencapai tujuan tertentu yang diselenggarakan dan diawasi.
- f. Menurut Saefullah manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi dengan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan²⁷.

Dari paparan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah seni mengatur sumber daya manusia agar mampu mengaktualisasi diri sesuai dengan kemampuannya dalam mencapai tujuan bersama dalam suatu organisasi, intinya manajemen adalah seni menggerakkan orang lain untuk berbuat positif demi kebaikan bersama.

2. Prinsip – Prinsip Manajemen

Menurut Fattah prinsip manajemen dapat diklasifikasikan ke dalam tiga ranah, yaitu:

- a. Prinsip manajemen berdasarkan sasaran, bahwa tujuan adalah sangat esensial bagi organisasi, hendaknya organisasi merumuskan tujuan dengan tepat sesuai dengan arah organisasi, tuntutan zaman dan nilai-nilai yang berlaku. Tujuan suatu organisasi dapat dijabarkan dalam bentuk visi, misi dan sasaran. Prinsip manajemen berdasarkan sasaran sudah dikembangkan menjadi suatu teknik manajemen yaitu MBO

²⁷ Saefullah. *Manajemen Pendidikan Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2012) hlm. 2-3

(*management by objective*) yang pertama digagas oleh Drucker sebagai suatu pendekatan dalam perencanaan.

- b. Prinsip manajemen berdasarkan orang. Keberadaan orang sangat penting dalam organisasi, orang sebagai penggerak organisasi yang perlu diperhatikan kebutuhannya, tuntutan, keinginannya, aspirasinya, perkembangannya serta keluhan-keluhannya. Manajemen berdasarkan orang adalah suatu aktifitas manajemen yang diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia.
- c. Prinsip manajemen berdasarkan informasi, banyak aktivitas manajemen yang membutuhkan data dan informasi secara cepat, lengkap dan akurat. Suatu aktivitas pengambilan keputusan sangat didukung oleh informasi begitupun untuk melaksanakan kegiatan rutin dan insidental diperlukan informasi yang telah dirancang sedemikian rupa sehingga memudahkan manajer dan pengguna mengakses dan mengolah informasi.

B. Konsep Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (humas) merupakan bidang tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer sampai dengan lembaga-lembaga pemerintahan. Kebutuhan dan kehadiran humas tidak dapat dicegah, terlepas dari suka atau tidak suka, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Mengenai pengertian hubungan masyarakat Cutlip, Center dan Broom mendefinisikan bahwa hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya.²⁸ Menurut Gruning dan Hunt adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya.²⁹ Dalam hubungan masyarakat yang menjadi titik tekan adalah kegiatan komunikasi yang mana komunikasi tersebut mengarah kepada komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik sehingga hubungan yang terjalin bersifat harmonis dan tidak ada yang dirugikan.

Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978, ditetapkan definisi Humas sebagai berikut: humas adalah sesuatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisa berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberikan masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kebutuhan khalayak. Frase "menganalisa kecenderungan" mengisyaratkan bahwa dalam Humas perlu diterapkan teknik-teknik penelitian ilmu sosial dalam suatu organisasi, yaitu menonjolkan tanggung jawab organisasi kepada kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Setiap organisasi dinilai berdasarkan keberhasilan dalam melaksanakan manajemen organisasi.

²⁸ Keith Butterick, *Pengantar Publik Relation Teori dan Praktek*, diterjemahkan Nurul Hasfi. Cet. 1. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 8.

²⁹ Keith Butterick, *Pengantar Publik Relation Teori dan Praktek* hlm. 8.

Humas adalah bagian dari sebuah organisasi yang juga menentukan keberhasilan suatu organisasi³⁰.

Dalam konteks pendidikan hubungan masyarakat merupakan salah satu metode berkomunikasi dengan organisasi. Pada kenyataannya, baik disadari atau tidak bahwa lembaga pendidikan mempunyai kegiatan hubungan masyarakat. Berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh organisasi pendidikan, publisitas dan hubungan masyarakat merupakan yang paling sering digunakan oleh lembaga untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki oleh pesantren. Oleh karena itu hubungan masyarakat berkenaan dengan sejumlah tugas pemasaran, tugas - tugas tersebut meliputi: membangun dan memelihara citra, mendukung kegiatan-kegiatan komunikasi lain, menangani masalah tanpa permasalahan, menguatkan posisi, mempengaruhi publik, dan membantu peluncuran jasa-jasa baru.³¹

Oleh karena itu, dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan organisasi harus mengkomunikasikan preposisi nilai lembaga kepada pelanggan. Segala bentuk komunikasi harus direncanakan dan dipadukan kedalam program komunikasi pemasaran yang diintegrasikan secara cermat dan tepat sehingga hubungan pesantren dengan publiknya memberikan umpan balik yang sama-sama menguntungkan sesuai dengan esensi fungsi hubungan masyarakat.

³⁰ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000) hlm.1-2

³¹ Adrian Payne, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 1993), hlm.199.

2. Fungsi Hubungan Masyarakat

Fungsi utama Hubungan Masyarakat adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi.³²

Menurut Edwin Emery³³ dalam F. Rachmadi menyebutkan bahwa fungsi Hubungan Masyarakat adalah:

“The planned and organized effort of a company or institution to establish mutually beneficial through acceptable communication relationships with its various publics”.

Jadi, fungsi dari Hubungan Masyarakat adalah sebagai upaya yang terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya/pelanggannya.

Maka dengan demikian fungsi hubungan masyarakat secara substansial sebagai berikut:

- a. Mampu sebagai motivator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (komunikasi tatap muka) dan tidak langsung (melalui media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik intern (dosen/guru, karyawan dan siswa/siswa).

³²F. Rachmadi, *Publik Relation dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 21

³³F. Rachmadi, *Publik Relation dalam Teori dan Praktik*, hlm. 21

- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga pendidikan. Dalam hal ini hubungan masyarakat bertindak sebagai pengelola informasi baik kepada publik intern dan publik ekstern. Seperti menyampaikan kepada media pers tentang kegiatan promosi.
- c. Menciptakan suatu *Image* yang positif terhadap lembaga pendidikannya.³⁴

Selain diatas, Menurut Canfield dalam Onong Uchjana Efendi mengatakan bahwa ada tiga fungsi hubungan masyarakat yaitu sebagai berikut:

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum
- b. Memelihara komunikasi yang baik
- c. Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik.³⁵

Dari beberapa fungsi diatas tentunya hubungan masyarakat yang dilakukan oleh lembaga pendidikan diharapkan mampu membangun citra positif melalui komunikasi yang dilakukan secara profesional, citra positif dapat diperoleh oleh setiap organisasi khususnya pondok pesantren mana kala pondok pesantren tersebut mampu membangun komitmen yang kuat terhadap *stakholdernya*.

³⁴Zulkarnain Nasution. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 11

³⁵Onong Uchjana Efendi, *Human Relation dan Public Reletion*, (Bandung: Mandar Maju. 1993), hlm. 137

3. Jenis - Jenis Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat itu dapat digolongkan menjadi tiga jenis hubungan yaitu³⁶:

- a. Hubungan edukatif, ialah hubungan kerja sama dalam hal mendidik murid, antara guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Adanya hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip atau bahkan pertentangan yang dapat mengakibatkan keragu-raguan pendirian dan sikap pada diri anak.
- b. Hubungan kultural, yaitu usaha kerja sama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah itu berada. Untuk itu diperlukan hubungan kerja sama antara kehidupan di sekolah dan kehidupan dalam masyarakat. Kegiatan kurikulum sekolah disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan perkembangan masyarakat. Demikian pula tentang pemilihan bahan pengajaran dan metode-metode pengajarannya.
- c. Hubungan institusional, yaitu hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah, seperti hubungan kerja sama antara sekolah satu dengan sekolah-sekolah lainnya, kepala pemerintah setempat, ataupun perusahaan-perusahaan Negara, yang berkaitan dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan pada umumnya.

³⁶M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2004), hlm. 194

4. Strategi Operasional Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat mempunyai peran penting untuk membangkitkan iklim yang dapat mengembangkan tanggung jawab dan sasaran hubungan masyarakat dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan, menurut A.W. Widjadja strategi operasional yang dapat digunakan dalam menjalin hubungan masyarakat dalam membangun citra sebagai berikut:

a. Pendekatan kemasyarakatan

Program pelaksanaan hubungan masyarakat dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural. Ini berarti opini publik yang tersurat dalam berbagai media massa merupakan pencerminan dari pendapat dan kehendak masyarakat.

b. Pendekatan koordinatif dan integratif

Pendekatan ini dilakukan dengan koordinasi dan integrasi di dalam badan koordinasi kehubungan masyarakatan untuk mempercepat tercapainya program hubungan masyarakat.

c. Pendekatan edukatif dan persuasif

Pendekatan edukatif dan persuasif ini mempunyai peranan penting untuk mencapai perubahan sikap mental yang negatif dari pasar sasaran hubungan masyarakat, terutama dari media massa, agar lebih berperan serta lebih positif dalam ikut mewujudkan tujuan pembangunan.

d. Penyelenggaraan sistem penerangan terpadu

Penerangan terpadu dan berkesinambungan dimaksudkan untuk meningkatkan gerak langkah operasional antara hubungan masyarakat dan petugas yang berkenaan dengan hubungan masyarakatan, sehingga terarah ke tercapainya tujuan hubungan masyarakatan.³⁷

5. Hubungan Masyarakat Dalam Pandangan Islam

Hubungan Masyarakat dalam kajian Islam memiliki makna yang sama dengan *habl* yang artinya "tali atau hubungan" atau *silaturrahmi* yang artinya menyambung persaudaraan. Sehingga dalam konteks ini, hubungan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi kepada pihak lain disebut silaturrahim. Penggunaan kata *habl* ini sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran (3) ayat 112:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ الْنَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ
وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ
ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ ﴿١١٢﴾

Artinya: "mereka diliputi kebinasaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para Nabi tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas."³⁸

³⁷A.W. Widjadja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 60

³⁸QS. Ali Imran (3): 112.

Secara tersirat ayat di atas menjelaskan bahwa hakikat humas dalam manajemen pendidikan Islam dapat diartikan sebagai suatu proses hubungan timbal balik antara lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat yang dilandasi dengan itikad saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling mengasihi (*tarahum*), saling menolong (*ta'awun*), dan saling menanggung (*takaful*) dalam rangka mencapai tujuan pendidikan yang telah direncanakan sebelumnya yang didasarkan pada nilai-nilai dalam ajaran Islam.³⁹

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa humas merupakan senjata untuk menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dengan/ dalam masyarakat melalui pendekatan sosiologis dan ajakan yang komunikatif, sehingga akan menghasilkan: (1) saling mengerti; (2) adanya kesepakatan; dan (3) saling memberi manfaat bersama. Dalam konsep Islam kerja sama antar individu maupun lembaga dapat membentuk *ukhuwah Islamiyah* yang dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut : (1) *ta'aruf* (saling mengenal) yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, (2) *tafahum* (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati, menyatukan pemikiran dan menyatukan amal, (3) *tarahum* (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin, maupun pikiran, (4) *ta'awun* (saling kerjasama), yaitu melaksanakan proses saling menolong, baik secara hati (saling mendoakan), secara pikiran (berembug, berdiskusi, dan menasehati) serta dapat diwujudkan

³⁹ Ummu Yasmin, *Materi Tarbiyah Paduan Kurikulum Da'I dan Murabbi*. (Solo: Media Insani Press, 2005), hlm. 197-198

dalam bentuk amal saleh (bantu membantu), dan (5) *takaful* (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah terjadinya proses *ta'awun* dalam bentuk hati saling menyatu dan saling percaya.⁴⁰

Dari proses tersebut, muncul kerjasama saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan dan juga kesatuan umat. Dengan demikian hubungan pesantren dan masyarakat adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih terarah antara pesantren dan masyarakat melalui langkah-langkah sebagaimana disebutkan di atas, yaitu; saling mengenal, saling memahami, saling mengasihi, saling menolong, dan saling menanggung, sehingga terwujud kerja sama yang baik dan saling menguntungkan kepada pihak-pihak terkait, dengan tujuan utamanya untuk meningkatkan mutu pendidikan pesantren.

Sementara itu terdapat juga sebuah hadits riwayat Bukhari yang berkaitan dengan humas adalah sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ (مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ عَلَيْهِ فِي رِزْقِهِ، وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ) أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ

“Dari Abu Hurairah Radliyallaahu'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Barangsiapa ingin dilapangkan rizqinya dan dipanjangkan umurnya, hendaknya ia menghubungkan tali kekerabatan." Riwayat Bukhari.⁴¹

Secara tersirat hadits di atas memberi isyarat kepada organisasi atau lembaga pendidikan, apabila sebuah lembaga pendidikan bertujuan ingin

⁴⁰ Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), hlm. 207.

⁴¹ Dani Hidayat, *Bulughul Maram versi 2.0* © 1429 H / 2008 M Oleh : Pustaka Al-Hidayah, Hadits No. 1483.

diberikan kemudahan dalam upayanya mengembangkan lembaganya, maka hendaklah ia selalu menjaga hubungan silaturahmi dengan masyarakat di sekitarnya, terutama hubungan dengan orang tua dan santri itu sendiri. Dalam konteks ini, humas berperan penting untuk bekerja sama dengan masyarakat guna menggali potensi-potensi dana dan sosial masyarakat untuk pembiayaan penyelenggaraan pendidikan di sekolah.

Demikian pula dalam hadits riwayat Muslim berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ نَفَّسَ
عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَّسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ،
وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah Radhiallahuanhu, dari Rasulullah Shallallahu’alaihi wasallam bersabda: “Barang siapa yang menyelesaikan kesulitan seorang mu’min dari berbagai kesulitan-kesulitan dunia, niscaya Allah akan memudahkan kesulitan-kesulitannya hari kiamat. Dan siapa yang memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan Allah memudahkan baginya di dunia dan akhirat.” (Riwayat Muslim)⁴²

Hadits di atas memberikan pelajaran kepada umat Islam untuk dapat menyelesaikan atau mempermudah kesulitan bagi sesama saudara. Mempermudah kesulitan tidak berarti dengan materi tetapi juga berwujud tenaga, pikiran, dukungan moril atau bekerja sama yang sinergi antara humas, pesantren dan masyarakat sebagai mitra kerja dalam membangun pendidikan. Dimana masing-masing pihak dapat memberikan kontribusi pemikiran, tenaga atau dapat menyalurkan berbagai ide dan partisipasinya dalam memajukan lembaga pendidikan. Dengan adanya kerja sama yang terjalin dengan baik,

⁴² Dani Hidayat, *Bulughul Maram versi 2.0* © 1429 H / 2008 M Oleh: Pustaka Al-Hidayah, Hadits No. 1484.

seberat apapun beban yang ditanggung oleh suatu lembaga khususnya lembaga pendidikan akan mudah teratasi.

C. Konsep Citra Lembaga

1. Pengertian Citra

Citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi dapat dirasakan dari hasil penilaian yang positif dan negatif yang datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas. Penilaian masyarakat dapat berhubungan dengan rasa hormat, kesan yang baik dan menguntungkan terhadap citra suatu lembaga yang diwakili oleh humas.

Menurut Levitt mengatakan bahwa citra (*image*) *is the impression, feeling, the conception which the public has of a company or organization, a conditionally created of an object, person or organization.* Artinya : citra merupakan sebuah apresiasi, perasaan yang ada pada publik mengenai perusahaan atau lembaga, mengenai suatu objek, orang atau lembaga. Citra ini tidak dapat dicetak seperti mencetak barang di pabrik, tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan, pemahaman seseorang tentang sesuatu.⁴³

Menurut Rosady Ruslan⁴⁴ “secara garis besar citra adalah perangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu.”

⁴³Levitt. *The marketing Imagination*, (London: The free press, 1983), hlm. 55.

⁴⁴Rosady Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 80.

Sedangkan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinato Ardianto⁴⁵ “citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktifitas.” Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa citra merupakan pendapat-pendapat baik positif atau negatif dari masyarakat kepada suatu organisasi atau lembaga.

Dalam upaya optimalisasi peran lembaga pendidikan tentunya diperlukan beberapa faktor yang nantinya memberikan kontribusi terhadap eksistensi lembaga, salah satunya adalah citra positif lembaga. Berbicara tentang citra Positif (*image*) merupakan hal yang sangat krusial dalam sebuah lembaga pendidikan, identitas dan ciri yang melekat pada khalayak umum yang ditampilkan sebuah lembaga pendidikan merupakan bentuk citra Positif lembaga tersebut, citra merupakan salah satu hal yang secara esensial perlu dibentuk oleh lembaga, ketika lembaga mempunyai citra yang baik maka dengan sendirinya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga akan tinggi.

2. Proses Pembentukan Citra

Menurut John. Nimpoeno dalam Soemirat⁴⁶ terdapat empat komponen dalam proses pembentukan citra dalam konsep struktur kognitif antara lain:

a. Persepsi

Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah

⁴⁵Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 113.

⁴⁶Soleh Soemirat. *Dasar-dasar Public Relation* hlm. 114

yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

b. Kognisi

Suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

c. Motif

Keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

d. Sikap

Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah. Dari empat proses tersebut dapat diketahui melalui skema sebagai mana berikut.



Gambar 2.1

Komponen Pembentukan Citra

Dari uraian penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa empat komponen pembentukan citra tersebut yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan dimana kemampuan mempersepsi inilah dapat melanjutkan proses pembentukan citra positif dengan memberikan informasi-informasi kepada individu untuk memunculkan suatu keyakinan terhadap pesantren. Sehingga dari keyakinan tersebut timbul suatu sikap pro dan kontra tentang produk atau layanan, dari sikap itulah terbentuknya citra yang positif atau negatif suatu lembaga pendidikan khususnya pesantren.

3. Komponen dalam Mengembangkan Citra Lembaga

Membangun citra merupakan tindakan yang membutuhkan proses, yang mana citra akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Penampilan suatu

organisasi akan menentukan suatu persepsi publik untuk menilai, hal tersebut biasanya didasarkan pada penampilan organisasi yang berkaitan dengan keadaan fisik, keterampilan, fasilitas, kantor, karyawan dan pelayanan yang prima dengan tujuan memuaskan pelanggan (*public*). Unsur-unsur tersebut harus menjadi tanggung jawab seluruh anggota organisasi untuk selalu dijaga dan diperbaiki. Menurut Sutisna⁴⁷ citra merupakan realitas, oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra organisasi.

Setiap lembaga pendidikan tentunya mempunyai identitas yang berbeda dalam pandangan masyarakat, karena sesungguhnya identitas lembaga memancarkan citra kepada publiknya yang mana antara lain adalah bagi pengguna, komunitas, media, penyumbang dana, staf, dan juga pemerintah sehingga terbentuklah citra lembaga. Karena itu, citra lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu :

- a. Produk (kualitas lulusan)
- b. Kerjasama, tepat waktu, keahlian yang beragam, semangat keanggotaan.
- c. Ruang kantor, ruang informasi, laborat.
- d. Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program- identitas lembaga.⁴⁸

Menurut Huddleston⁴⁹ banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan citra positif terhadap suatu lembaga pendidikan. Upaya yang

⁴⁷ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya Offset, cet 3, 2003), hlm. 332

⁴⁸ Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing : Membangun Public Relations Membangun Citra Corporate*, (Jakarta:Kencana,2008), hlm. 11

dilakukan bisa melalui daya tarik fisik lembaga ataupun melalui daya tarik yang bersifat akademik religius diantaranya adalah:

- a. Lembaga membenahi pesantren, terutama bagian yang menghadap jalan raya, sehingga setiap menit orang yang lewat di depan pesantren merasa tertarik dan suatu waktu ingin masuk ke pesantren tersebut.
- b. Kerja sama dengan media massa, mereka diundang dan kepada mereka ditawarkan jika mereka memerlukan berita-berita mengenai pendidikan, silahkan berhubungan dengan lembaga ini.
- c. Pimpinan lembaga gencar mengadakan pidato, sambutan-sambutan atau seminar guna menginformasikan kepada publik atau orang tua santri tentang bagaimana lembaga yang dipimpin dengan merasa yakin dan membanggakan.
- d. Mengadakan peringatan-peringatan hari besar keagamaan dengan mengundang masyarakat sekitar atau orang tua santri untuk masuk pesantren.

Citra yang baik dari sebuah lembaga merupakan aset yang sangat berharga, adanya image positif tersebut tentunya didasarkan pada bagaimana pola lembaga dalam mempertahankan eksistensinya, komponen diatas merupakan unsur penting yang harus di kembangkan melalui program-program yang berkualitas, maka dari itu kualitas lulusan, kerjasama yang baik, ruang informasi yang tersedia, laboratorium yang memadai serta promosi yang profesional memberikan nilai sugesti terhadap citra lembaga di masyarakat.

⁴⁹ Huddleston, Jr., Thomas, *Marketing The Applicant Questionnaire College and University* (New Jersey: Inc.Publ, 1976), hlm 214.

Dengan demikian, membangun citra terhadap lembaga pendidikan mutlak diperlukan untuk menghadapi peluang sekaligus tantangan bagi lembaga-lembaga pendidikan yang berlabel Islam. Citra sebagai lembaga pendidikan yang positif merupakan tuntutan dari kecenderungan masyarakat (*stakeholder*) sebagaimana yang disebutkan oleh Steenbrink dan Bafadal bahwa lembaga pendidikan yang terkenal dan merupakan kesayangan masyarakat (*favorite*) selalu menjadi pilihan untuk menyekolahkan anak-anaknya. Maka membangun dimensi pencitraan lembaga pendidikan Islam yang meliputi segala aspek pendidikan (sebagaimana yang digariskan dalam delapan standar pendidikan) merupakan tulang punggung utama dalam mengembangkan citra yang positif dalam benak konsumen (*stakeholder*).

D. Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

1. Perencanaan Program Kerja Hubungan Masyarakat

Tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas humas di lapangan adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara organisasi yang diwakilinya dengan publiknya atau *stakeholder* yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak⁵⁰.

⁵⁰Rosadi Ruslan. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 147

Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas humas tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen humas yang dikelola secara professional dan dapat dipertanggung jawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut juga dapat diwujudkan jika adanya pertukaran pendapat, pesan dan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti oleh kedua belah pihak yang terlibat komunikator dan komunikan di mana pertukaran informasi dilakukan melalui sistem saluran (*channel*), media massa atau bentuk media nonmassa lainnya. Semua itu dapat dimanfaatkan sebagai alat (*tool*) untuk kegiatan atau aktivitas komunikasi dua arah timbal balik sehingga diperoleh pencapaian umpan balik yang positif.

Scott M Cutlip dan Allen H. Center⁵¹ menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah sebagai berikut:

a. Penelitian dan mendengarkan (*Research-Listening*)

Dalam tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan pengevaluasian fakta-fakta dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung kepentingan organisasi yaitu *What's our problem?* (apa yang menjadi problem kita).

⁵¹ Scott M Cutlip dan Allen H. Center. *Effective Public Relations*. (Englewood Cliffs N.J: Prentice Hall Inc, 1982), hlm. 139.

b. Perencanaan dan mengambil keputusan (*Planning-Decision*)

Dalam tahap ini sikap, opini, ide-ide dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan serta penetapan program kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan pihak yang berkepentingan mulai diberikan: Here's what we can do? (apa yang dapat kita kerjakan).

c. Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*Comunication-Action*)

Dalam tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya: Here's what we did and why? (apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu).

d. Mengevaluasi (*Evaluation*)

pada tahapan ini, pihak humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektivitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan: How did we do? (Bagaimana yang telah kita lakukan).

Tiap tahapan dari keempat tahapan yang disebutkan di atas saling berkaitan erat satu dengan yang lainnya. Artinya tahapan satu dengan tahapan yang lainnya saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisahkan. Dalam proses 4 tahapan tersebut tergambar “rencanakan kerja anda, dan kerjakanlah rencana anda”.



Gambar 2.2
Langkah-langkah Proses perencanaan humas

Lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan organisasi yang berdiri terpisah dengan orientasinya masing-masing. Akan tetapi seiring dengan perkembangannya lembaga pendidikan membutuhkan masyarakat untuk jalinan partnership dalam wujud eksistensi lembaga pendidikan dan juga networking begitu juga sebaliknya.

Dengan demikian, maka pengelolaan program humas untuk tujuan meningkatkan eksistensi, mengembangkan citra lembaga yang unggul dan juga partnership untuk lebih dekat dengan masyarakat yaitu diawali dengan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan.

2. Implementasi Program Hubungan Masyarakat

Implementasi program kehumasan menurut Ngurah putra,⁵² tidak hanya dilakukan dengan program komunikasi, tetapi juga program tindakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi organisasi. Kedua cara tersebut perlu dilakukan karena masalah hubungan perusahaan engan

⁵²I gusti Ngurah Putra. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. (Yogyakarta: Penbit UAJ, 1999), hlm. 30.

publik tidak saja disebabkan kesalahan berkomunikasi tetapi juga faktor – faktor non komunikasi (kesalahan berperilaku, membuat kebijakan, dll). Karena masalah kehumasan bisa disebabkan faktor komunikasi dan non komunikasi, maka humas perlu mengusulkan program tindakan untuk menunjang penyelesaian masalah. Sebagai contoh untuk melakukan sebuah program kampanye kebersihan, program tindakan (menunjang) yang perlu dilakukan adalah antara lain penyediaan tong sampah ditempat umum dan pengangkutan sampah.

Dalam melakukan implementasi program, menurut Wheelen dan Hunger ada tiga pertanyaan yang harus dijawab oleh praktisi *public relations*, yaitu :

- 1) Siapa orang yang akan melaksanakan perencanaan tersebut?
- 2) Apa yang harus dilakukan?
- 3) Bagaimana cara melakukan apa yang diperlukan?⁵³

Dari ketiga pertanyaan di atas dapat dipahami bahwa ada tiga komponen inti yang harus ada dalam implmentasi, yaitu sumber daya manusia yang akan melakukan rencana, penyusunan program yang akan dilakukan, dan strategi terhadap pelaksanaan program tersebut.

Selain itu, idealnya para praktisi kehumasan mengetahui kelebihan dan kelemahan penggunaan media yang akan digunakan dalam implementasi dalam menyampaikan pesan humas. Pengetahuan ini sangat penting untuk menjaga efektivitas pelaksanaan program kerja divisi humas.

⁵³Yosal Iriantara. *Community Relations*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 124.

Tabel 2.1

Penggunaan media, Jenis dan Sifatnya dalam humas.⁵⁴

No	Jenis media	Sifat
1	Cetak	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat dibaca, dimana, dan kapan saja b. Dapat dibaca secara berulang – ulang c. Pengolahan bisa mekanik, dan bisa elektrik d. Biaya relatif rendah e. Daya jangkau terbatas
2	Audio	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat di dengar ketika siaran b. Dapat di engar kembali ketika diputar kembali c. Daya rangsang rendah d. Elektrik e. Daya jangkau pasar
3	Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat didengar dan dilihat ketika ada siaran b. Dapat dilihat dan idengar kembali bila diputar kembali c. Daya rangsang sangat tinggi d. Elektrik e. Sangat mahal f. Daya jangkau besar

Tabel di atas, dapat dipahami bahwa media dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu media yang menguasai ruang tetapi tidak

⁵⁴ J. B Wahyudi. *Teknologi Informasi dan produksi Citra bergerak*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), dalam Maorisan, *Op, Cit*, hal.208

menguasai waktu, dan media cetak yang menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang.

Cara lain yang lebih personal untuk menyampaikan program humas adalah melalui pertemuan publik atau juga melalui dermawisata yang kerap digunakan perusahaan kepada khalayak internal perusahaan⁵⁵. Selain itu, cara terbaik dan maksimal yang dapat digunakan praktisi *public relation* adalah menggunakan media masa dan berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat dan juga melalui media massa khusus seperti jurnal, brosur, surat, dan sejenisnya.

Menurut Ruslan,⁵⁶ setiap tahap dari proses kerja humas di atas, sama pentingnya bagi terlaksananya suatu program humas yang efektif, saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisahkan. Proses kerja humas merupakan satu kesatuan yang secara sirkuler terus-menerus berlangsung. Proses analisis-sintesis-komunikasi-interpretasi dari kerja humas merupakan proses yang berkesinambungan dalam bentuk spiral dan seringkali tumpang tindih antara satu dengan lainnya. Kalau diuraikan dan digambarkan maka lingkaran dan langkah – langkah kegiatan humas adalah sebagai berikut: (1) menganalisis perilaku umum dan hubungan organisasi terhadap lingkungan; (2) menentukan dan memahami secara benar perilaku tiap-tiap kelompok terhadap organisasi; (3) menganalisis tingkat opini publik, baik yang intern maupun yang ekstern; (4) mengantisipasi kecenderungan – kecenderungan, masalah – masalah yang potensial, kebutuhan – kebutuhan dan kesempatan – kesempatan; (5)

⁵⁵ Morissan, *Manajemen Public Relations*. Hal. 183

⁵⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada hal. 142)

menentukan formulasi dan merumuskan kebijakan – kebijakan; (6) merencanakan alat atau cara yang sesuai untuk meningkatkan atau mengubah perilaku kelompok masyarakat sasaran; (7) menjalankan dan melaksanakan aktivitas-aktivitas sesuai dengan program yang telah direncanakan; (8) menerima umpan balik untuk dievaluasi, kemudian mengadakan penyesuaian-penyesuaian yang diperlukan.

Bila langkah – langkah tersebut digambarkan, menurut Ruslan akan tampak sebagai berikut:⁵⁷



Gambar 2.3

Langkah – langkah proses kerja humas

Dalam pelaksanaannya tugas divisi kehumasan salah satunya adalah membangun serta menciptakan hubungan yang harmonis baik ke dalam maupun ke luar lingkup perusahaan, organisasi pendidikan maupun perguruan tinggi. Adapun hal tersebut dinyatakan pada teori kehumasan yaitu dalam membangun hubungan internal dan eksternal dengan penjelasan sebagai berikut;

⁵⁷ Rosady Ruslan, *manajemen humas dan manajemen komunikasi ...* hal. 142

1) Membangun hubungan internal

Membangun hubungan internal dalam humas merupakan hubungan yang dijalin oleh humas yang menyangkut hubungan antara stakeholder dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Hubungan yang dijalin ini ditujukan untuk menciptakan sebuah kenyamanan kerja yang kondusif, menjalin kedekatan dapat serta membangun sebuah keakraban antara stakeholder dengan stakeholder maupun stakeholder dengan pemilik perusahaan atau lembaga pendidikan. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan kekompakan dan menjalin kerjasama di lingkungan lembaga pendidikan atau perusahaan. Lingkungan kerja yang nyaman dan kompak akan membuat suasana kerja menjadi menyenangkan dan semangat.

Humas internal (*internal public relations*) itu sama pentingnya dengan humas eksternal. Jika uang yang menjadi ukurannya maka humas internal mampu memberi kontribusi profitabilitas perusahaan yang sama besarnya dengan yang diberikan oleh humas eksternal. Hubungan antar sesama pegawai pada suatu perusahaan (*staff relations*) atau sesama anggota disebuah organisasi lebih berfokus pada aspek – aspek manusiawi, sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan – hubungan industri (*industrial relations*). Sementara itu hubungan industri lebih menekankan pada besar kecilnya upah / gaji dan berbagai kondisi atau fasilitas kerja. Namun antara keduanya terdapat hubungan yang erat, mengingat

hubungan industri itu juga dipengaruhi juga oleh efektif tidaknya komunikasi di kalangan pegawai.

Kesimpulan mendasar dari tugas dalam Internal public Relations di antaranya, menyelenggarakan komunikasi persuasive dan informative kepada internal publik (pemimpin organisasi, dosen, karyawan, mahasiswa), dan bukannya komunikasi koersif. Mendapat kepercayaan dari publik dalam mendapatkan kesamaan pengertian tentang visi misi perusahaan atau lembaga pendidikan dengan publik dalam meningkatkan kegairahan kerja karyawan, mempererat hubungan dan memperlancar tugas – tugas harian sehingga menimbulkan hubungan yang harmonis.

2) Membangun hubungan eksternal

Membangun hubungan eksternal erat kaitannya dengan manajemen pemasaran. Namun, dalam lembaga pendidikan di tanah air masih dianggap langka dan tabu, karena ada anggapan yang berlaku sampai sekarang, pendidikan bukanlah suatu produk yang harus dipasarkan. Padahal dalam sejarah yang panjang pemasaran di lembaga pendidikan, khususnya di lembaga pendidikan tinggi, telah diakui dan dikembangkan. Menurut Kotler dalam Tilaar, ada enam tingkatan dalam evolusi pemasaran yang dihubungkan dengan penerimaan siswa / mahasiswa, yakni : *tahap pertama*, pemasaran tidak diperlukan; *tahap kedua* pemasaran adalah promosi; *tahap ketiga*, pemasaran adalah segmentasi dari riset pemasaran; *tahap keempat*, pemasaran adalah menetapkan posisi; *tahap kelima*,

perencanaan strategi dan *tahap keenam*, pemasaran adalah manajemen penerimaan siswa atau mahasiswa.⁵⁸

Pemasaran merupakan promosi, hal ini di dasari bahwa lembaga pendidikan menyadari, tidak dapat menarik siswa / mahasiswa yang dibutuhkan atau tidak dapat menarik siswa/mahasiswa yang diinginkan. Lembaga pendidikan ini berasumsi, masyarakat tidak mengenal lembaga pendidikannya, karena itu lembaga harus membuat unit teknis atau bagian informasi tentang pelayanan masyarakat salah satunya adalah menangani publikasi dan informasi penerimaan siswa/mahasiswa. Untuk publikasi informasi lembaga pendidikan dibutuhkan media, seperti: brosur, poster, surat kabar, televise, dan radio, *website* atau media tatap muka langsung, dan media lainnya.⁵⁹

a) Pelaksanaan kegiatan humas secara eksternal

Implementasi humas secara eksternal bertujuan untuk mempererat hubungan dengan masyarakat atau intansi diluar lembaga. Ini dimaksudkan untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan, sehingga masyarakat akan memberikan kepercayaan dan dukungan terhadap program yang dicanangkan lembaga. Adapun menurut, Nasution (2010) implementasi program humas dalam membina hubungan baik dengan eksternal organisasi, meliputi (a) memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan lembaga pendidikan kepada masyarakat, (b)

⁵⁸ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2010) hal.4

⁵⁹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di lembaga pendidikan* hal. 4

mensosialisasi kepada masyarakat secara intensif tentang kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan, dan sebagainya, agar persepsi masyarakat tidak keliru. Cara yang dilakukan humas untuk kedua kegiatan tersebut antara lain: *pertama*, menulis semua kegiatan di lingkungan lembaga pendidikan melalui media *pers release* setiap minggu di kirim ke media cetak dan elektronik, serta menyelenggarakan konferensi pers (temu pers). *Kedua*, menerbitkan “warta, jurnal atau buletin” setiap bulannya dengan berita kegiatan actual di lingkungan lembaga pendidikan. *Ketiga* menerbitkan berita dan kegiatan di lingkungan lembaga pendidikan melalui media internet bekerjasama dengan unit kerja yang dapat diakses. *Keempat*, mengadakan jumpa pers bila diperlukan untuk menyampaikan kebijakan baru lembaga pendidikan atau menyampaikan informasi lain yang perlu diketahui oleh masyarakat luas, *kelima*, mempertahankan nama baik lembaga pendidikan dengan mempersiapkan bahan informasi yang jujur dan objektif. Hal ini dilakukan dengan cara mengadakan hubungan yang baik dengan para pimpinan atau wakil – wakil surat kabar, pimpinan radio dan televisi, sekaligus meluruskan pemberitaan yang salah di media massa. *keenam*, memonitor setiap masyarakat, kebutuhan dan kepentingan masyarakat salah satu cara dengan memonitor dengan sikap dan opini masyarakat di media massa, dengan mengkliping semua berita tentang lembaga pendidikan, dan kumpulan kliping di

jilid dan dilaporkan kepada pimpinan untuk mendapatkan perhatian.⁶⁰

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan dalam Eksternal Public relations, diantaranya meneladani sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan, terhadap para pegawai dan metode yang digunakan. Memberikan advis an bimbingan pada pimpinan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan public relations mengenai aktivitas – aktivitas. Menanamkan image/citra perusahaan menyelesaikan semua maalah yang berhubungan dengan publik, dengan bijaksana dan menggunakan *win-win solution*. Menjalin hubungan yang harmonis dengan semua publik luar, mulai dari masyarakat, pemerintah sampai media massa serta menyusun staf yang benar – benar ahli di bidang public relations.

Dari uraian di atas dapat dikemukakan bahwa pelaksanaan kegiatan humas dalam melakukan tugasnya bukanlah pekerjaan yang mudah atau hanya kerja sambilan, tetapi harus dikelola secara profesional dan serius. Hal ini berkaitan dengan kemampuan staf humas dalam manajemen teknis dan sebagai ketrampilan manajerial, serta penuh konsentrasi dari pihak praktisi humas untuk mengelola program kerja humas dalam upaya pencapaian tujuan atau sasaran sebagaimana yang direncanakan.

Humas dituntut untuk mampu membangun *image positif* terhadap lembaga dalam memasuki era ke depan (globalisasi, era otonomi pendidikan), menumbuhkan komunikasi yang sinergis

⁶⁰ Amin Haris, strategi program humas dalam pencitraan perguruan tinggi hal. 65

antara lembaga pendidikan dengan masyarakat dan membangun institusi responsif terhadap dinamika masyarakat.

b) Sasaran hubungan eksternal melalui media dan publisitas

Media sebagai salah satu alat dan sarana humas untuk menyampaikan informasi, publikasi dan proosi kepad apublic internal dan pulic eksternal suatu lembaga pendidikan.pada umumnya ada dua jenis media yang sering digunakan dalam kegiatan humas, yakni media internal dan media eksternal. Media internal sasarannya di tujukan kepada peserta didik (mahasiswa/iswa), tenaga pengajar (doen/guru), dan pegawai administrasi atau karyawan di lembaga penidikan. Media eksternal sasarannya terdiri dari orang tua peserta didik, alumni, dunia industry atau usaha, instansi pemerintah dan swasta, serta masyarakat luas.⁶¹

Pemilihan media masa yang sesuai dengan sasaran public sangat penting dalam tahap – tahap prsiapan dan penyebaran siaran berita. Pelaksanaan pengiriman berita dan artikel tanpa membedakan media dan tanpa mengetahui isi redaksional, khalayak, an kebijaksanaan redaksionalnya adalah sia-sia. Hal ini karena setiap media masa memiliki kelompok publiknya. Ada media masa yang mengkhuuskan diri kepada berita criminal saja atau berita ekonomi atau tema khsusu lainnya.⁶²

Media berita menjadi faktor utama dalam humas, yang mengontrol arus publisitas melalui saluran-saluran komunikasi,yang

⁶¹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Konsep, Fenomena dan aplikasinya* (Malang, UMM Press2010), hal.115

⁶² Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, (Jogajakarta: Graha Ilmu,2012), hal.57

amat penting. Hubungan baik dengan para redaktur, reporter, penulis editorial, juru kamera, kolumnis dan para penyiar serta pemahaman tentang kebutuhan mereka sangatlah esensial dalam menjamin pelaksanaan publisitas yang baik. Hubungan dengan media (*media relations*) *Advertising*/periklanan adalah alat yang digunakan dalam kegiatan *public relations*, termasuk diantaranya pembelian ruang/tempat dan waktu pada surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet untuk menyampaikan informasi produk kepada target *audiences*. Kegiatan *advertising* diantaranya adalah *direct response* (iklan melalui pos) dan *sales promotion*. Perbedaan antara *advertising* dan publisitas adalah kegiatan publisitas tidak perlu membeli tempat dan waktu agar bisa masuk ke dalam berita dan media entertainment.

Para praktisi humas menggunakan periklanan ketika mereka ingin mengontrol pesan yang dikirim, termasuk kapan dan di mana pesan disampaikan. Sebaliknya, kegiatan publisitas dan banyak teknik kegiatan humas cenderung untuk merayu konsumen daripada menginformasikan fungsi produk mereka, sehingga mereka menolak pesan yang disampaikan.⁶³

Saat ini banyak sekali perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan iklan atau biro iklan eksternal untuk membantu perusahaan dalam merencanakan, mempersiapkan dan melaksanakan program periklanan dan promosi mereka. Suatu perusahaan atau biro iklan adalah suatu organisasi jasa yang mengkhususkan diri dalam

⁶³<http://yulia91.blog.binusian.org/2011/05/25/antara-periklanan-dan-hubungan-masyarakat-terhadap-media/> diakses pada tanggal 25/08/2017 pukul 14.00 Wib.

merencanakan dan melaksanakan program periklanan bagi klien, yaitu perusahaan yang menggunakan jasa biro atau perusahaan iklan eksternal.

Perusahaan iklan eksternal lebih mampu menyediakan tenaga terlatih yang ahli dibidang masing-masing, para staf perusahaan iklan terdiri dari para artis, penulis, analisis media, peneliti dan tenaga ahli lainnya yang memiliki keterampilan khusus, pengetahuan dan pengalaman yang dapat menolong klien memasarkan barang dan jasanya. Cukup banyak perusahaan iklan dewasa ini yang memiliki keahlian khusus membantu klien yang bergerak pada jenis usaha tertentu misalnya industri kesehatan dan teknologi tinggi.

Perusahaan iklan eksternal juga lebih dapat memberikan pandangan yang lebih objektif mengenai pasar dan situasi usaha yang tengah dihadapi, pengalaman yang diperoleh oleh usaha iklan pada masa lalu dalam membantu komunikasi pemasaran dalam berbagai klien lain menjadi modal penting bagi perusahaan iklan pada masa lalu dalam membantu komunikasi pemasaran berbagai klien lain menjadi modal penting bagi perusahaan iklan dalam membantu memecahkan masalah klien yang ada saat ini⁶⁴

c) Full service agency

Banyak klien yang menggunakan perusahaan iklan yang menawarkan jasa secara lengkap atau dikenal dengan istilah *full service agency* (perusahaan iklan jasa lengkap) yang menawarkan jasa mulai dari jasa pemasaran, komunikasi dan jasa promosi yang

⁶⁴ Morissan, *periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, (jakrta: Kencana, 2010), hal., 147

mencakup mulai dari perencanaan/menciptakan ide kreatif, produksi iklan, riset, hingga pemilihan media. Perusahaan jasa iklan lengkap ini bahkan juga menawarkan jasa yang tidak terkait dengan periklanan, seperti: perencanaan pemasaran strategis, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, desain kemasan produk, serta jasa kehumasan dan publisitas. Perusahaan jasa iklan lengkap ini memiliki bagian – bagian (departemen) yang khusus melakukan pekerjaan berbagai fungsi periklanan. Departemen atau bagian dari perusahaan iklan jasa lengkap mencakup: *account service*, jasa pemasaran dan jasa kreatif.⁶⁵

d) Hubungan pers

Humas dan hubungan pers (*public relations dan press relations*, keduanya biasa disingkat PR) sering dianggap sama. Tentu saja anggapan ini salah karena hubungan pers bergantung pada sejauh mana peranan dan keberadaan media massa itu sendiri serta tingkat penerimaannya oleh masyarakat. Karena itu hubungan pers lebih populer di Negara – negara industry yang sudah maju, yang sebagian besar penduduknya tinggal di daerah – daerah perkotaan dimana dimana media massa ada dalam jumlah serta variasi yang berlimpah.⁶⁶

Hubungan pers (pers relations) adalah upaya-upaya untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan

⁶⁵ Morissan, *periklanan komunikasi pemasaran terpadu....* hal. 149

⁶⁶ M. Linggar anggoro, *teori dan potensi kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara,2005). Hal. 152

pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dalam prakteknya hubungan pers ternyata tidak terkait dengan kalangan pers (istilah yang populer bagi kalangan media cetak, khususnya jurnalisme surat kabar) saja, melainkan semua bentuk media lainnya, media cetak, media bioskop, media elektronik seperti halnya radio dan televisi, dan sebagainya, istilah-istilah dari dunia media cetak memang cenderung lebih populer, sedangkan istilah lain yang secara harfiah lebih tepat justru tidak diterima secara luas, misalnya saja istilah “hubungan media” (media relations), meskipun kurang populer bila dibandingkan dengan istilah “siaran berita” atau “paparan berita” (news release) ternyata masih cukup banyak yang menggunakannya, termasuk kalangan praktisi humas profesional.

Tujuan pokok dirasakannya hubungan pers adalah “menciptakan pengetahuan dan pemahaman”. Jadi jelas bukan semata-mata menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan induk atau klien demi mendapatkan “suatu citra atau pokok yang lebih indah daripada aslinya dimata umum”.⁶⁷

e) Public affairs

*Public affairs*⁶⁸ adalah sebuah istilah yang kadang digunakan sebagai sinonim bagi semua aktifitas *public relations* dan lebih sering menjelaskan aspek *public relations* yang berkaitan dengan

⁶⁷M. Linggar Anggoro, teori dan profesi kehumasan hal. 153

⁶⁸Mahmud Arif. 2013. Konsep Dasar Hubungan Masyarakat. <http://agungbae123.wordpress.com/2013/03/04/portofolio-mahmud-arif-tentang-humas/>. Diakses pada tanggal 28/8/2017 pukul 09.00 Wib.

lingkungan politik dari organisasi atau bisa juga disebut *government relations*. *Public affairs* dapat membantu organisasi mengantisipasi atau merespon berbagai isu yang mempengaruhi aktivitasnya. Kegiatan *public affairs* termasuk dalam kegiatan yang berusaha membentuk opini publik dan legislasi, mengembangkan respon positif yang efektif terhadap masalah yang menjadi perhatian publik, serta membantu organisasi menyesuaikan diri dengan harapan publik.

Public affairs adalah bagian *public relation* yang berfokus untuk membangun hubungan kebijakan publik antar organisasi. Agar berhasil, semua organisasi perusahaan, organisasi nirlaba, dan pemerintah harus membangun hubungan birokrasi dan secara aktif berkolaborasi dengan orang pemerintahan agar dapat mempengaruhi kebijakan publik.

Definisi *public affairs* berfokus pada pembangunan hubungan dalam antara kebijakan publik. John paluszek (mantan president public relations Ketchum) mendefinisikan *public affairs* sebagai berikut, *public affairs* membantu sebuah organisasi membangun dan memelihara hubungan dengan berbagai kelompok masyarakat (publik) yang dapat mempengaruhi masa depan.

Pencarian fakta dan *litening post* mungkin menjadi aspek paling penting dalam *goverment relations*. Setelah mengumpulkan informasi, spesialis *government relations* menimbang dan menilai potensi dampak informasi tersebut kemudian disebarluaskan kepada

pembuat keputusan dan perusahaan, karyawan, pemilik saham, dan publik. Dampak paling besar dari publik affairs terhadap sebuah organisasi akan terasa ketika publik affairs membantu perencanaan perusahaan. Pada saat yang sama, staf government relations menyampaikan informasi ke legislator, regulator, staf kongres aliansi politik potensial dan publik.

Public affairs kadang juga diharapkan untuk memadamkan kebakaran yang terjadi pada bagian awal dari government relations. Investigasi dan publisitas tidak memiliki dasar hukum yang cukup, tetapi sangat jelas keduanya sering digunakan sebagai senjata oleh pemerintah dalam mempengaruhi dunia bisnis. Bocornya sebuah berita kepada tempat yang dianggap melakukan pelanggaran, mengadakan dengan publik, dan kegiatan sejenis, mungkin dunia bisnis. Spesialis publik affairs perusahaan harus bersaing dengan forum publik dari pemerintah dan operasi publik affairs dari berbagai kepentingan khusus. Kejujuran dan komunikasi publik yang kuat merupakan aspek penting dari proses government relations.

3. Evaluasi Program Hubungan Masyarakat

Setelah implementasi dilaksanakan, maka sesuatu organisasi tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. Pada tahapan ini humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas lainnya yang telah

dilaksanakan, serta keefektifitasan dari teknik – teknik manajemen, dan komunikasi yang telah dipergunakan.

Evaluasi dalam suatu organisasi atau dalam hal ini divisi humas di lembaga pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya untuk mengetahui berbagai hal yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan, dan kemunduran suatu program yang dijalankan dalam organisasi pendidikan. Artinya, evaluasi program yang dijalankan tersebut guna ditindak lanjuti sebagai langkah improvisasi organisasi pendidikan menuju ke arah yang lebih baik dan maju.

Secara definisi evaluasi adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang bekerjanya sesuatu, yang selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam mengambil keputusan.⁶⁹ Dalam hal ini evaluasi akan sesuai dengan apa yang diharapkan apabila pelaksanaannya dilaksanakan secara continue dan mempertimbangkan asas *accountability*. Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka dalam pelaksanaan evaluasi selanjutnya akan mengalami suatu kendala, khususnya dalam upaya pengembangan organisasi. Kondisi yang demikian memerlukan penyegaran secara internal pelaksana program setelah diadakan evaluasi tersebut.⁷⁰

⁶⁹Suharsimi Arikunto, *Dasar - Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal. 1

⁷⁰Sri Minarti, *manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga pendidikan Secara Mandiri*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media 2011), hal 306-307

Sedangkan menurut Morrissan, ada tiga tahapan dalam pelaksanaan evaluasi manajemen *public relations* atau humas, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.⁷¹

1) Tahap persiapan, meliputi:

- a) Evaluasi kelengkapan informasi latar belakang yang digunakan untuk mendesain program
- b) Evaluasi kesesuaian antara isi pesan dan kegiatan yang dilakukan
- c) Evaluasi kualitas pesan.⁷²

2) Tahap pelaksanaan, meliputi:

- a) Evaluasi jumlah pesan yang dikirim ke media massa serta kegiatan yang sudah dirancang
- b) Evaluasi jumlah pesan yang sudah diberitakan serta kegiatan yang sudah dilaksanakan
- c) Evaluasi jumlah khalayak yang menerima pesan dan jumlah khalayak yang mengetahui kegiatan humas
- d) Evaluasi jumlah khalayak yang memberikan perhatian terhadap pesan yang dikirimkan atau kegiatan yang dilaksanakan.⁷³

3) Tahap evaluasi, meliputi:

- a) Evaluasi jumlah khalayak yang mempelajari isi pesan
- b) Evaluasi jumlah khalayak yang berubah pendapat
- c) Evaluasi jumlah khalayak yang berubah sikap
- d) Evaluasi jumlah khalayak yang bertingkah laku sesuai keinginan
- e) Evaluasi jumlah khalayak yang mengulangi tingkah laku tersebut

⁷¹Morisson, *priklanan komunikasi pemaaran terpadu....* hal. 227

⁷²Scott M. Cultp, at, al, *Effectivitive Public Relations* hal. 436

⁷³Morissan, *Manajemen Public relations* hal. 226

f) Evaluasi perubahan sosial dan budaya.⁷⁴

Semua tahapan evaluasi di atas, harus dilakukan oleh praktisi *public relations*. Hal ini bertujuan salah satunya adalah untuk menentukan keberhasilan program yang sudah dijalankan. Evaluasi yang signifikan harus dilakukan dan diukur secara ilmiah. Karena itu, ketiga tahapan dalam evaluasi di atas, harus digunakan oleh praktisi *public relations*.

Penentuan keberhasilan sebuah program didasarkan kepada penilaian yang dilakukan pihak sekolah atau divisi *public relations* di lembaga pendidikan. Menurut Indar Fachrudin sebagaimana yang diikuti oleh Minarti terdapat beberapa metode penilaian guna menilai suatu pelaksanaan program *public relations* di sekolah. Diantaranya melalui observasi, perekaman, penelitian melalui telepon, panel, daftar cek, skala penilaian, dan pola pendapat.⁷⁵

Dengan demikian dapat dipahami bahwa posisi evaluasi dalam setiap program termasuk divisi *public relations* di lembaga pendidikan memiliki peranan penting dalam mewujudkan berbagai program yang ada di lembaga. Evaluasi tersebut dilakukan untuk mengukur berhasil tidaknya program yang dibuat sebelumnya. Secara teori sebagaimana yang disebutkan di atas, penentuan berhasil tidaknya program yang dibuat dan dijalankan divisi *public relations* di lembaga pendidikan dapat dinilai melalui observasi, perekaman, dan lain sebagainya sebagaimana yang disebutkan di atas.

⁷⁴Morissan, *Manajemen Public Relations* hal. 226

⁷⁵Sri Minarti, *Manajemen Sekolah* hal. 313

4. Hambatan dalam Mengembangkan Citra Lembaga Pendidikan Islam

Sebagai lembaga pendidikan yang turut serta mewarnai perjalanan pendidikan bangsa ini, lembaga pendidikan Islam memiliki akses serta kesempatan yang luas dalam mengembangkan jangkauan pendidikan. Namun demikian kesempatan yang ada terkadang kurang mendapat apresiasi yang positif dari lembaga pendidikan Islam itu sendiri.

Beberapa penghambat pembangunan citra lembaga pendidikan Islam sebagaimana yang disampaikan oleh Degeng⁷⁶ yang menyebutkan bahwa lembaga-lembaga pendidikan Islam terjangkiti virus keseragaman dalam hal pola pikir sentralistik, monolitik, serta *uniformalistic* dalam mewarnai pengemasan dunia belajar. Pendapat ini bukanlah isapan jempol belaka, lembaga pendidikan Islam masih kurang akan daya saing serta daya inovatif sebagai salah satu prasyarat menjadi lembaga pendidikan yang diminati oleh masyarakat luas.

Pendapat lainnya faktor penghambat citra lembaga pendidikan Islam sebagaimana yang disampaikan oleh Muhaimin⁷⁷ menyebutkan bahwa penghambat pembangunan pencitraan lembaga pendidikan Islam melalui budaya mutu terkendala; (1) Kualitas yang rendah (baca selengkapnya laporan penelitian *Human Development Index* serta basil penelitian yang dilakukan oleh *PISA 2003*), (2) Disparitas kualitas pendidikan yang tinggi antar daerah di Indonesia, (3) Pencapaian standar nasional pendidikan Islam yang rendah. Ketiga faktor ini turut memberikan andil yang besar

⁷⁶ I Nyoman Sudana Degeng. *Orchestra Belajar-Mengajar Bermutu Untuk Meningkatkan "Daya Jual Lembaga Pendidikan Islam*, Disampaikan dalam Dies Natalis III (LKP2-I Malang)

⁷⁷ Muhaimin. *Pengembangan Mutu Pendidikan Islam Dalam Merespon Tantangan Global*, Seminar Nasional Dalam Rangka Peringatan Dies Natalis III (LKP2-I Malang, 2010)

dalam membangun citra yang positif pada lembaga pendidikan Islam. belum lagi ditambahkan dengan *mindset* masyarakat yang Masih beranggapan bahwa lembaga pendidikan Islam yang dicitrakan positif identik dengan lembaga pendidikan yang mewah, mahal dan atau lembaga pendidikan *elite school* yang hanya terjangkau oleh elit ekonomi kelas atas.

Slameto dan Kriswandani dalam Abdul Rahmat⁷⁸ menyebutkan, secara garis besar ada tiga hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan humas dalam pendidikan, yaitu:

1. Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan untuk meningkatkan taraf hidup, kesejahteraan dan martabatnya. Dengan kesadaran seperti ini masyarakat akan mempunyai pandangan bahwa penyelenggaraan pendidikan adalah semata-mata untuk mereka. Tugas pesantren adalah memberikan pencerahan dan penyadaran di tengah-tengah masyarakat bahwa pendidikan sangatlah penting artinya untuk peningkatan taraf dan martabat hidup mereka.
2. Responsibility pesantren. Penyelenggara pendidikan (pihak pesantren) mempunyai semangat dan kemauan untuk memberikan ruang-ruang atau kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi. Dengan memberikan kesempatan atau bahkan dorongan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi mempunyai dampak terhadap kesadaran akan pentingnya pendidikan dan akan pentingnya masyarakat berpartisipasi terhadap penyelenggaraan pendidikan.

⁷⁸ Abdul Rahmat. *Manajemen Humas Sekolah*. (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hlm. 153.

3. Regulasi. Hal ini sangat penting untuk mendorong semua pihak agar mempunyai kemauan untuk ikut ambil bagian dalam pendidikan.

Pendapat lainnya menyebutkan bahwa dalam menjalin hubungan antara pesantren dengan masyarakat, ada beberapa kendala mendasar yaitu:

- a) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pendidikan dan juga pemahaman warga pesantren tentang apa dan bagaimana seharusnya pengelolaan hubungan pesantren dengan masyarakat dibangun.
- b) Kurangnya komunikasi antara warga pesantren dan warga masyarakat, sehingga tercipta komunikasi satu arah antara pesantren dan warga masyarakat/wali murid dan pada akhirnya pesantren tidak tahu keinginan masyarakatnya tetapi memaksakan keinginannya pada masyarakat/wali murid yang pada saat itu hanya terlibat pada aspek pembiayaan saja.

Selanjutnya, upaya-upaya dalam mengatasi kendala yang kemungkinan terjadi adalah sebagai berikut:

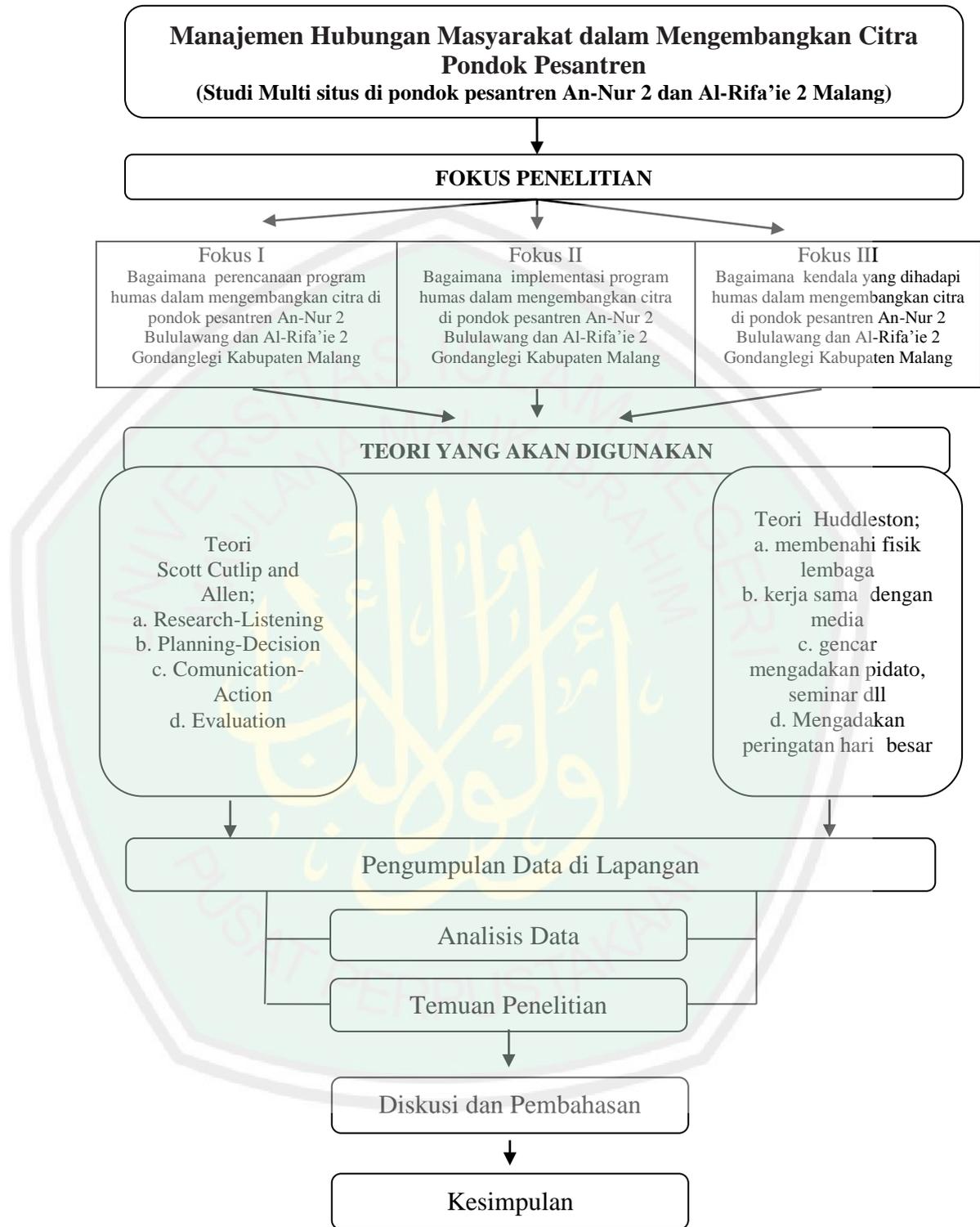
- a) pesantren harus memberikan informasi yang terpadu kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui seluruh program-program yang diadakan pesantren.
- b) Hubungan pesantren dengan masyarakat harus dilakukan secara terus menerus, sehingga masyarakat tidak akan beranggapan bahwa mereka hanya dibutuhkan pada saat pembiayaan saja.
- c) Setiap program yang diadakan oleh pesantren harus menyesuaikan karakteristik masyarakat dengan cara mengkonsultasikan dengan tokoh masyarakat.

- d) Dalam melaksanakan hubungan tersebut, tidak hanya membahas finansial pesantren melainkan membahas secara kompleks masalah pendidikan yang terkait dengan pengembangan pesantren secara akurat dan up to date⁷⁹.

Berdasarkan uraian di atas, telah disebutkan bahwa dalam menjalin hubungan antara pesantren dengan masyarakat, ada beberapa kendala mendasar yang juga sangat berdampak pada keharmonisan hubungan tersebut sehingga hubungan antara pesantren dengan masyarakat menjadi tidak lancar. Serta dijelaskan pula upaya dalam mengatasi kendala tersebut, agar hambatan/kendala yang mengganggu hubungan yang terjalin antara pesantren dengan masyarakat dapat dihindari atau ditemukan solusinya.

⁷⁹ *Kendala dalam memajukan sekolah*. 2010. alcha18.blogspot.com/observasi-tentang-hubungan-sekolah.html, diakses tanggal 15 desember 2017

E. Kerangka Berfikir



Gambar 2.4 kerangka berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi dan data mengenai pengembangan citra pondok pesantren melalui kegiatan humas. Secara intensif dan terperinci akan menggali informasi tentang fenomena sosial mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan kehumasan yang kaitannya dengan proses mengembangkan citra lembaga. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti turun langsung ke lapangan penelitian bertemu dengan mereka untuk mengumpulkan data penelitian, sekaligus melakukan analisis data selama proses penelitian. Untuk itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian kualitatif menurut Schatzman dan Strauss yang dikutip oleh Sugiyono adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang kenyataan sosial melalui proses berpikir induktif dimana ada keterlibatan peneliti dalam situasi dan fenomena yang diteliti.⁸⁰ Adapun alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah:

1. untuk mengeksplorasi bagaimana makna terbentuk dan ditransformasikan,
2. untuk menjelajahi daerah yang belum diteliti secara menyeluruh,
3. untuk mengambil pendekatan holistik dan komprehensif dalam mempelajari fenomena

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 17.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah multi-situs, sebagaimana diungkapkan oleh bogdan dan biklen⁸¹ studi multi-situs merupakan salah satu bentuk penelitian kualitatif yang memang dapat digunakan terutama untuk mengembangkan teori yang diangkat dari beberapa latar penelitian yang serupa, sehingga dapat dihasilkan teori yang dapat ditransfer ke situasi yang lebih umum cakupannya.

Berdasarkan perspektif pendekatan dan jenis penelitian di atas, maka penelitian ini akan menggali secara mendalam informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang. Dua pesantren yang memiliki karakteristik hampir sama dari segi lingkungan dan sistem manajemennya ini menarik peneliti untuk memahami dan mempelajari bagaimana strategi yang dilakukan dalam mengembangkan citra di pondok pesantren tersebut.

Peneliti memiliki beberapa pertimbangan yang menjadi landasan untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang. Pertama, Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo mampu menarik minat masyarakat untuk mengenyam pendidikan di sana, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya

⁸¹ Bogdan, Robert dan Sari Knopp Biklen. *Qualitatif Research for Education: and Introduction to Theory and Methods*. (Boston: Allyn & Bacon Inc, 1982), hlm. 105.

santri yang masuk setiap tahunnya. Selain itu pondok pesantren ini juga mampu bersaing dengan pondok pesantren lainnya terbukti dengan mengikuti berbagai perlombaan di tingkat lokal maupun nasional dan mendapatkan juara.

Kedua, Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 ini masih baru sekitar 6 tahun berdiri tetapi animo masyarakat untuk memondokkan anaknya di sana sangat tinggi karena Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 mempunyai fasilitas yang baik serta memiliki jenjang pendidikan formal mulai dari PAUD sampai Perguruan Tinggi.

C. Sumber Data Penelitian

Data merupakan informasi atau keterangan mengenai hal-hal yang menjadi fokus penelitian. Data diperlukan untuk menjawab masalah yang ada pada penelitian atau membuktikan hipotesis yang sudah disusun.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari data yang berkenaan dengan model pengembangan citra melalui kegiatan humas. Adapun sumber data dari penelitian ini yaitu;

pertama, melalui informan atau narasumber. Dalam penelitian ini yang menjadi informan terdiri dari ketua Yayasan (kyai), wakil ketua, divisi humas, ustadz, santri, dan masyarakat (stakholder).

Kedua, melalui peristiwa atau kejadian yang tengah berlangsung. Peneliti akan mengamati peristiwa atau kejadian yang terjadi pada lapangan, yang kemudian memberikan tafsiran pada setiap kegiatan yang terjadi. Dalam hal ini, peneliti akan mengamati berlangsungnya kegiatan

yang berhubungan dengan proses pengembangan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2.

Ketiga, melalui dokumen atau arsip, literatur-literatur yang berkenaan dengan masalah penelitian. Data-data tersebut akan digabungkan untuk kemudian dikaitkan dengan fokus penelitian sehingga dapat memberikan gambaran tentang objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumen atau arsip dapat berupa catatan rapat, buku, atau catatan pelaksanaan maupun hasil evaluasi bersama.

D. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, dan tujuan.⁸² Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan observasi partisipasi pasif, yang artinya peneliti datang di lapangan penelitian, mengamati setiap kegiatan yang berlangsung tetapi tidak terlibat dalam kegiatan tersebut.

2. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data, selain menggunakan observasi peneliti juga akan menggunakan teknik wawancara, menurut Djunaidi

⁸²M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 165.

Ghony bahwa Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada teknik wawancara, khususnya wawancara mendalam (*indepth interview*)⁸³ yang mana dalam upaya mendapatkan data peneliti akan menggunakan dua jenis wawancara yaitu:

a. Wawancara terstruktur

Pada wawancara terstruktur peneliti mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan topik dan fokus penelitian dengan terstruktur dan cermat, sehingga pada proses wawancara peneliti dengan mudah menanyakan sesuai dengan apa yang telah dirumuskan.

b. Wawancara tidak terstruktur

Pada wawancara ini peneliti mempunyai kebebasan dalam melakukan dan mengajukan pertanyaan kepada informan, tanpa dikendalikan oleh teks pertanyaan, sehingga proses wawancara akan berkembang dengan sendirinya sampai mengarah kepada topik dan fokus penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan dalam penelitian ini karena terdapat banyak hal yang dapat digunakan sebagai sumber data untuk menguji atau memberi tafsiran pada masalah yang diteliti. Data dari dokumen dapat diperoleh dari arsip-arsip, buku-buku, majalah, catatan rapat, dan lain-lain yang berhubungan dengan strategi manajemen humas. Dokumentasi yang digunakan untuk mendukung sumber data dalam penelitian ini seperti

⁸³M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian* hlm. 175.

dokumen tentang perencanaan, pelaksanaan program, catatan rapat, dan evaluasi.

Tabel 3.1
Metode Pengumpulan Data berdasarkan Fokus Penelitian

NO	Teknik Pengumpulan Data	Data	Sumber Data
1	Observasi	Melalui pengamatan secara bertahap, keterlibatan langsung, membantu dan berperan aktif pada program-program kehumasan.	Kehumasan di Pondok pesantren An-Nur 2 dan Pondok pesantren Al-Rifa'ie 2 kabupaten Malang
2	Wawancara	Untuk mengetahui <ul style="list-style-type: none"> - Program kerja humas - Implementasi humas dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan - Hambatan-hambatan yang dialami humas 	Wawancara dilakukan dengan: <ul style="list-style-type: none"> -Pengasuh pondok pesantren -Kabid Humas -Wakabid Humas -Asatidz -santri -Masyarakat
3	Dokumentasi	Dokumen dapat berupa cacatan pribadi, surat pribadi, laporan kerja, notulen rapat, rekaman kaset maupun video, foto.	Kehumasan di Pondok pesantren An-Nur 2 dan Pondok pesantren Al-Rifa'ie 2 kabupaten Malang

E. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data di lapangan. Namun, dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.⁸⁴ Tahap-tahap yang digunakan dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles and Huberman, seperti *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion/verification* (penarikan kesimpulan).

⁸⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 338.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁸⁵ Dalam hal ini, peneliti akan memfokuskan pada model pengembangan image positif lembaga pendidikan, dengan melihat proses implementasi, peran dan dampaknya.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *mendisplay* data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Namun secara pendekatan peneliti menyajikan data penelitian kedalam dua model, pertama, model emik yaitu penyajian data yang ditulis sesuai teks lapangan, kedua, model etik yaitu model penyajian dengan menggunakan bahasa tidak langsung dengan kata lain bahasa diolah oleh peneliti, namun pada pendekatan ini peneliti harus melampirkan teks asli dari wawancara.⁸⁶ Dalam menyajikankan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁸⁷ Agar mudah dipahami, penyajian data dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk

⁸⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* hlm. 338.

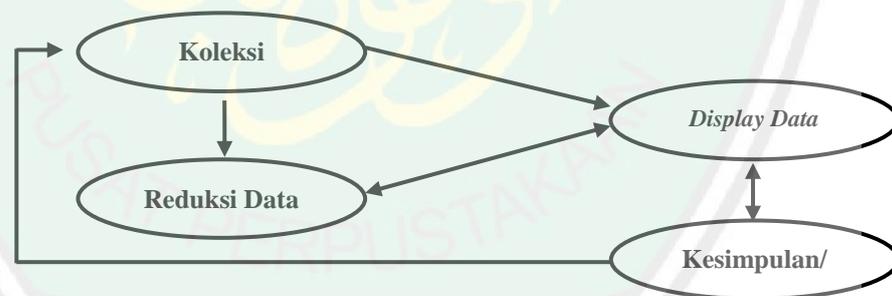
⁸⁶Ishomudin, materi disampaikan pada perkuliahan seminar proposal pada tanggal 06 April 2016

⁸⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* hlm 338

teks yang bersifat naratif. Namun, tidak menutup kemungkinan peneliti akan menyajikannya dalam bentuk bagan atau *flowchart* yang disusun berurutan untuk memudahkan dalam memahami data.

c. *Conclusion/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁸⁸ Maka dalam penelitian yang akan dilakukan, data-data yang sudah didapat harus didukung oleh bukti-bukti lain untuk memperoleh kesimpulan yang kredibel.



Gambar 3.1

Proses analisis data (*menurut Mils dan Huberman*)

⁸⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* hlm. 345.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Salah satu pertanyaan yang selalu membayangi penelitian kualitatif adalah “Apakah penelitian kualitatif itu benar-benar ilmiah?” pokok persoalan yang menjadi latar belakang pertanyaan ini, selain persoalan generalisasi, juga menyangkut derajat kepercayaan yang belum mantap dari pihak-pihak yang menentang. Dalam penelitian kualitatif sudah ada upaya meningkatkan derajat kepercayaan data yang selanjutnya biasa disebut dengan keabsahan data.⁸⁹ Untuk selanjutnya pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik berikut ini:

1. Ketekunan Pengamatan.

Teknik ini dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari, kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atauseluruh fakta yang ditelaah. Karena adanya ketekunan pengamatan, maka akan diperoleh kedalaman data yang sesuai dengan diteliti.⁹⁰ Dalam teknik ini berusaha untuk mencari dan menemukan ciri-ciri serta unsur-unsur yang lainnya yang sangat relevan dan berkesinambungan dengan penelitian. Oleh karena itu ketekunan pengamatan merupakan suatu bagian penting dalam pemeriksaan atau keabsahan data.

⁸⁹M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 313.

⁹⁰Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm. 275

2. Teknik Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu atau data yang lain di luar data yang didapat oleh peneliti untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.⁹¹

Teknik triangulasi yang paling sering dipakai adalah pemeriksaan melalui sumber data lainya yaitu peneliti berusaha membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, diantaranya peneliti lakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b) Membandingkan data hasil wawancara dengan dokumentasi yang berkaitan.
- c) Membandingkan data hasil pengamatan atau observasi dengan data lain yang berkaitan.

3. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Hal ini bertujuan untuk:

- a) Membatasi gangguan dari dampak peneliti pada konteks.
- b) membatasi kekeliruan (bisa) peneliti.
- c) mengkompensasikan pengaruh dari kejadian-kejadian yang tidak biasa atau pengaruh sesaat

⁹¹ Lexy J. Moleong. Metodologi penelitian kualitatif. (Bandung: Rosda Karya, 2014), hlm. 178.

Dengan adanya perpanjangan keikutsertaan peneliti memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.



BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

Berdasarkan fokus penelitian yang dipaparkan pada bab I, maka pada bab IV ini peneliti menverifikasi secara tersusun dan mendalam terkait paparan data dan temuan penelitian, terdiri dari beberapa bagian pembahasan yaitu

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo

a. Sejarah Pondok Pesantren

Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo berdiri pada tanggal 26 Agustus 1979 atau bertepatan malam hari raya Idul Fitri. Pendirinya adalah Almagfurlah KH. Moh. Badruddin Anwar yang diasuh oleh KH. Moh Badruddin Anwar, PP ini merupakan pengembangan dari An Nur I. PP An Nur I didirikan pada tahun 1923 oleh Almaghfurlah KH. Anwar Noor yang berlokasi di Jl. Diponegoro IV Bululawang Malang, dengan luas 2 Ha. Karena lokasi ini kurang memadai, akhirnya KH. Moh. Badruddin Anwar yang merupakan putra pertama KH. Anwar Noor memperoleh restu untuk mengembangkan Pondok Pesantren dengan nama Pondok Pesantren An Nur Al-Murtadlo yang berlokasi di 2 desa, yaitu Desa Kreet Senggrong yang berada di Selatan sungai dan Desa Bululawang Malang yang berada di Utara sungai. Nama pondok pesantren ini berubah menjadi Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo. Perubahan ini terjadi sekitar tahun 1984 ketika putra KH. Anwar Noor yaitu KH. Ahmad Qusyairi Anwar direstui untuk mendirikan pondok

pesantren khusus putri yang kemudian dikenal dengan nama pondok pesantren An Nur 3 Murah Banyu, sejak itulah pondok pesantren ini dikenal oleh masyarakat dengan nama Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dengan Luas tanah sekitar 17 Ha⁹².

Lokasi ini didukung oleh lingkungan masyarakat sekitar yang agamis serta bertetangga dengan pabrik gula Kreet Baru Malang, dan merupakan perpaduan yang sangat menguntungkan bagi masyarakat sekitar pondok, diimbangi oleh lingkungan Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo yang asri dengan pertamanan yang hijau dan rindang serta taman satwa yang alami sehingga menambah indahnnya suasana lingkungan serta menambah santri betah di pondok.

b. Visi dan Misi

Visi : “ mencetak generasi sholihin dan sholihat yang memiliki kedalaman spiritual dan keluasan ilmu pengetahuan “

- Misi:
1. Membekali santri dengan pengetahuan agama islam secara mendalam
 2. Melatih santri untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh
 3. Membekali santri dengan ilmu pengetahuan dan teknologi
 4. Mewadahi minat, bekal dan kreatifias santri⁹³

⁹² Sejarah singkat pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Al-Murtadlo Bululawang Malang, (Malang: yayasan Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, 1994), hlm 4.

⁹³ Sumber: brosur penerimaan santri baru TP 2017/2018 pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo al-murtadlo.

c. Konsep Pendidikan

Pendidikan merupakan sesuatu yang sangat urgen dalam kehidupan manusia. Dalam usaha mengembangkan lembaga pendidikan dibentuklah Yayasan Pendidikan An Nur. Jenjang pendidikan di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dibagi menjadi dua yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal. Pendidikan formal terdiri dari MI An Nur Plus, MTs An Nur, SMP An Nur, MA An Nur, SMA An Nur, STIKK An Nur yang bemaung dibawah yayasan An Nur. Sedangkan pendidikan non formal terdiri dari Madrasah Diniyah, Pengajian Asatidz, Salafiyah, Madrasah Tahfidz Al-Qur'an, dan Ma'had Aly STIKK.

d. Struktur Organisasi

Setiap organisasi formal memiliki struktur organisasi sebagai suatu keharusan manajemen, organisasi akan dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila terstruktur dengan baik. Oleh sebab itu, Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo juga memiliki struktur organisasi, adapun struktur secara keseluruhan yang terdapat di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo sebagai berikut ini:

Struktur kepengurusan dan Majelis keluarga:

Pengasuh (Ketua Umum)	: Dr. KH. Fathul Bari, S.S, M.Pd.I
Penasehat	: KH. Bafadhal Ahmad Damhuji
Ketua Pondok Putra	: K. Zainuddin Badruddin, S.Pd.I
Ketua Pondok Putri	: K. Husni Mubarak Badruddin
Ketua Pondok Tahfidz	: K. Syamsul Arifien Badruddin, M.Pd.I
Humas 1 (pondok dan instansi)	: Gus H. Khoiruddin, Ak., M.Si
Humas 2 (pondok dan sekolah)	: Gus dr. H. Didik Nur Ahsani

Humas 3 (publikasi)	: Gus Helmi Nawali, M.A
a. Struktur Pengurus Pondok Putra	
Ketua Pondok Putra	: K. Zainuddin Badruddin, S.Pd.I
Ketua Ma'hadiyah	: Ust. Muhyidin Farhi
Sekretaris Ma' hadiyah	: Ust. Mukhtar
Bendahara	: Ust. Mujiono
	: Ust. Zhanwar
Ketua Madin	: KH. Bafadhal Ahmad Damhuji
Waka Madin	: Ust. Fathur Rohman
Sekretaris Madin	: Ust. Syamsul Arifin
	: Ust. Suaidi
Kabag TU	: Ust. Burhanuddin Haris
Kabag. Kurikulum	: Ust. Ikhwanus Shobirin
Wakabag. Kurikulum	: Ust. Syfa' Saiful M
Kabag. Ektrakurikuler	: Ust. Imam Shobari
Kabag. Ubudiyah dan Kebersihan	: Ust. Muklis Rodi
	: Ust. Edi Sofyan
Kabag. Koperasi	: Ust. Ali Musthofa
	: Ust. Rohmad Dianton
	: Ust. Musa Wahyu Rizki
	: Ust. Eka Arif
	: Ust. Irkham Sofyan
	: Ust. Alif Wahyu Setiawan
	: Ust. Fiqi
	: Ust. Slamet
Kabag. Kamtib	: Ust. Yusuf Ardiansyah
Team Multimedia	: Ust. Bika Al Kafi
	: Ust. Mukhtar

Pembangunan	: Ust. Wawan Romadhon
Dapur	: Ust. Atok Illah Firdaus : Ust. Ali Musthofa
Dewan Pengajar Pondok Putra	: Dr. KH. Fathul Bari, SS, M.Pd.I : KH. Ahmad Damhuji : Gus Ahmad Zainuddin : Ust. H. Masduqi, Lc : Syeikh Hamadtuhu Sayyed Ahmad Al-Kandil : Syeikh Mahmud Syamsuddin Abdul Fata : Syeikh Muhammad Fauzi

b. Struktur Pengurus Pondok Putri

Pengasuh	: Ny. Hj. Lathifah, S.Pd.I
Ketua Pondok Putri	: K. Husni Mubarak Badruddin
Administrasi	: Halimatus Sa'diyah
Sekretaris	: Miftahul Nur Hasanah
PHBI	: Fatmawati : Arinda Mustika
Perairan	: Dewi Masyito
Perdapuran	: Zidna Fatimatuz Zahro
Sarana dan Prasarana	: Lilik Fauziyah
Tabungan	: Rosyidah
Kebersihan	: Dzuhriyah Himawati : Laspida Enes : Sichatul Chusnia : Nur Alviyah
Ketertiban	: Uswatun Hasanah

- : Ana Sholihatus Safitri
- : Ummi Harizah
- : Farah Maulida
- : Fitrotin Azizah
- : Alfi Nur Santi
- Dewan Pengajar Pondok Putri : KH. Bafadhol Ahmad Damanhuji
- : Nyai Hj. Lathifah, S.Pd.I
- : Ust. M. Romli
- : Ust. Jazim Ahmadi
- : Ust. Fathul Bari Labbas
- : Ust. Ghufron
- : Ust. Farhan Faulani Muhammad
- : Ust. Syamsul Arifin, S.Pd.I
- : Ust. Miftahul Huda
- : Ust. Nurul Hidayat
- : Ust. Zainul Hilmi
- : Ning Hj. Muyassarah
- : Ning Hj. Makhshushah
- : Ning Sakhayatudz Dzurriyah
- : Ning Layli Maghfirah
- : Ning Lathifah Nuraniyah

e. Sarana dan Prasarana

Tidak dapat dipungkiri bahwa untuk mendapatkan kualitas pendidikan yang baik maka diperlukan fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap dan mendukung. Di antara penunjang keberhasilan proses pembelajaran di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah terpenuhinya fasilitas pendukung.

Sarana dan prasarana merupakan merupakan faktor yang sangat penting dalam pondok pesantren. Dengan adanya sarana dan prasana yang memadai proses pembelajaran akan mempengaruhi keberhasilan pendidikan di pondok pesantren. Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, sebagaimana diuraikann di tabel di bawah ini.

Tabel 4.1
Keadaan Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan prasarana	Keterangan
1	Kantor	1 buah
2	Ruang kepala pesantren	Ruang kepala pesantren berada di dalam kantor
3	Ruang Ustadz	Belum ada
4	Ruang Tamu	1 buah
5	Ruang Kesehatan	1 buah
6	Ruang Penjaga Pesantren	1 buah
7	Masjid	1 buah, rencana akan membuat masjid 1 lagi
8	Aula Serbaguna	1 buah sedang tahap pembangunan
9	Ruang Belajar	Tempat belajar biasanya di dalam asrama, masjid, dan teras.
10	Kantin Pesantren	7 buah, kepunyaan keluarga kyai yang dikelola oleh santri
11	Tempat Parkir	3 buah
12	Perpustakaan	1 buah, sedang tahap penunlaan
13	Asrama	40 asrama

14	Sarana Olahraga	1 buah lapangan
----	-----------------	-----------------

Sumber: Dokumen Sarana dan Prasarana (2017)

f. Guru dan Karyawan

Dalam dunia pendidikan guru atau ustadz merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan, maka tidak salah jika dikatakan eksistensi ustadz merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pendidikan di pondok pesantren. Ustadz merupakan komponen penting pondok pesantren yang turut menentukan perkembangan dan kemajuan pesantren. Untuk menciptakan santri yang berkualitas, maka ustadzpun harus berkualitas sehingga siswa yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo memiliki banyak pertimbangan dalam merekrut ustadz, yang dijadikan pertimbangan bukan hanya melihat profesionalitas dan kapabilitas, namun lebih mengedepankan loyalitas, mentalitas, dan integritas yang sesuai dengan alam pesantren.

Ustadz yang mengajar Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah sebagian besar santri lulusan Sekolah Tinggi Ilmu Kitab Kuning (STIKK) Annur 2 Al-Murtadlo, alumni pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, dan juga alumni LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan) dari berbagai latar jurusan dan program studi pada perguruan tinggi yang ada sekitar Malang.

g. Peserta Didik

Santri merupakan sasaran utama pendidikan, semua usaha yang dilakukan oleh pendidikan semata-mata ditujukan untuk berusaha membimbing dan mendidik agar santri mendapat kedewasaan yang bertanggung jawab.

Keberadaan Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo yang sangat strategis, terletak dipinggiran jalan Bululawang - Malang mudah ditempuh. Para santri berasal dari berbagai daerah pulau Jawa dan juga ada yang dari luar pulau Jawa, seperti: Madura, Sumatra, Bali, Kalimantan, dan Irian Jaya. Ketika sudah berada di pesantren, santri-santri tidak dikelompokkan berdasarkan asal daerah namun digabung dalam satu kelompok kamar dan semua santri diwajibkan untuk tinggal di pesantren. Secara keseluruhan santri Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo berjumlah sekitar 5051 orang. Untuk mengetahui keadaan santri di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 4.2

Data Keadaan Santri

No	Tahun Pelajaran	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	2012-2013	1362	1064	2426
2	2013-2014	1962	1739	3701
3	2014-2015	2383	1894	4277
4	2015-2016	2591	2275	4866
5	2016-2017	2669	2328	5051

Sumber: Dokumen data keadaan santri tahun 2016-2017.

2. Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

a. Sejarah Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Sesuai dengan perkembangan zaman dan perubahan paradigma dimasyarakat akan kebutuhan pendidikan yang bisa mengembangkan keilmuan umum dan agama yang berjalan secara seimbang untuk meraih kesuksesan hidup dinunia dan akhirat, seorang tokoh masyarakat yang bernama KH. Ahmad Zamachsyari mencoba untuk menjawab tantangan zaman tersebut dengan mendirikan pondok pesantren modern yang terintegrasi dengan pendidikan fomal. Pondok Modern Al-Rifa'ie mulai dibangun pada tanggal 8 Oktober 1992 M / 11 Robiul Akhir 1413 H, kemudian pondok pesantren modern Al-Rifa'ie diresmikan tepat pada hari Kamis jam 09.00 tanggal 9 bulan 9 tahun 1999 M / 28 Jumadil Awal 1420 H, dimana peresmian itu dihadiri sejumlah tokoh dan panglima TNI waktu itu yaitu jendral Wiranto dengan disaksikan oleh para kyai, ulama serta kaum muslimin dan muslimat Jawa Timur⁹⁴.

Begitu secara resmi dibuka pondok pesantren ini langsung mendapat sambutan yang antusias dari berbagai lapisan masyarakat sehingga mereka langsung mendaftarkan putrinya untuk belajar dipesantren tersebut, pada awalnya saja sudah mencapai 600 santri. Sebagai ketua yayasan yang mengelola pondok pesantren Al-Rifaie tersebut adalah putra Beliau sendiri yaitu Gus H. Ahmad Muflih yang saat itu telah menyelesaikan pendidikannya di pondok pesantren Lirboyo kediri.

⁹⁴ Sejarah singkat pondok modern Al-Rifa'ie 2 Gondanglegi Malang, (Malang: yayasan Pondok modern Al-Rifa'ie 2), hlm 11.

Sejalan dengan berjalannya waktu pondok modern Al-Rifaie mengalami perkembangan yang sangat pesat dan semakin diminati masyarakat dalam menjawab tantangan dan kebutuhan zaman akan perlunya pendidikan baik agama maupun pendidikan fomal. Pada tahun 2012 pendiri dan pengasuh pondok pesantren modern Al-Rifaie (KH.Ahmad Zamachsyari) meninggal dunia, sebagai penerus beliau adalah putra beliau gus Ahmad Muflih yang saat itu sudah menyelesaikan tugas kuliah S-2 dan sedang menjalani Kuliah program Doktor S-3 di Universitas Brawijaya Malang, selanjutnya untuk mengembangkan pondok pesantren tersebut beliau KH. Ahmad Muflih mengembang dan membangun pondok pesantren disebelahnya yang diberi nama pondok modern Al-Rifaie 2 untuk putra da putri dimana perkembangan pondok modern alrifaie 2 ini juga sangatlah pesat dalam waktu kurang dari 4 tahun sudah tidak kurang dari 800 santri belajar disana dengan didukung oleh unit-unit pendidikan yang ada yaitu SD Modern Al-Rifaie, SMP Modern Al-Rifaie, SMA modern Al-Rifaie, SMK modern Al-Rifaie dan didirikan pula STIE sekolah tinggi ilmu ekonomi widya darma Al-Rifaie⁹⁵.

Tenaga pendidik yang kompeten dibidangnya serta berpengalaman serta Lokasi yang strategis dan lahan yang sangat luas memungkinkan perkembangan pondok pesantren ini dapat berkembang dengan pesat dan menjadi rujukan pertama masyarakat Malang dan sekitarnya untuk menitipkan putra-putrinya belajar di pondok modern Al-Rifaie 2 ini.

⁹⁵ Zainuddin. 2016. Sejarah singkat pondok modern Al-Rifa'ie 2. Perpustakaanalrifaie2.com/Sejarah-pondok-modern-al-rifaie-2/, diakses pada tanggal 12/11/2017

b. Visi dan Misi

Visi: “Menguasai teknologi informasi, terampil berbahasa asing, berilmu pengetahuan luas, berkarya dan berakhlak mulia.

Misi: 1. Menciptakan muslim/muslimah yang beriman, bertaqwa, berilmu pengetahuan dan berakhlak mulia.

2. Mempersiapkan santri dan santriwati dengan memberi kemampuan dasar baik pengetahuan maupun agama untuk mengembangkan kehidupan sebagai pribadi, anggota keluarga, masyarakat dan negara.

3. Menyediakan fasilitas belajar dengan kualitas dan kuantitas yang memadai sehingga santri dan santriwati dapat mengembangkan ilmu dengan baik⁹⁶.

c. Konsep Pendidikan

Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 berorientasi untuk mewujudkan pendidikan pondok pesantren yang sinergi dengan pendidikan formal dan diniyah dalam satu manajemen dengan prioritas kebutuhan pendidikan masa depan⁹⁷.

Berangkat dari pemikiran tersebut maka Pendidikan Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 tampil dengan nuansa baru yang lebih realistis dan rasional dengan program yang terukur dan terencana antara lain: a) Memberikan alokasi waktu yang sesuai dengan porsi pada pendidikan formal dan kediniyahan, b) Membudayakan berbahasa Arab dan Inggris sebagai bahasa pengantar aktifitas keseharian, c) Mempunyai kompetensi hafalan ayat-ayat Al-Qur’an dan hadist tematis, d) Mewujudkan hafidul

⁹⁶ Sumber: brosur penerimaan santri baru TP 2017/2018 pondok modern Al-Rifa’ie2.

⁹⁷ Profil pondok modern Al-Rifa’ie 2 Gondanglegi Malang, (Malang: yayasan Pondok modern Al-Rifa’ie 2), hlm 28.

Qur'an dengan waktu yang relatif singkat, e) Mencetak santri yang ilmiah amaliah dan berakhlaqul karimah.

Untuk merealisasikan program di atas Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 mengemas pendidikan dengan sistem merger/mix (formal dan diniyah) yang dikelola oleh profesional muda yang kompeten dibidangnya dan didukung oleh unit-unit pendidikan yang ada yaitu SD Modern Al-Rifa'ie, SMP Modern Al-Rifa'ie, SMA modern Al-Rifa'ie, SMK modern Al-Rifa'ie dan didirikan pula STIE sekolah tinggi ilmu ekonomi widya darma Al-Rifa'ie setra didukung dengan sarana prasarana belajar yang representatif dengan lingkungan yang asri, sejuk, kondusif serta aman (security 24 jam).

d. Struktur organisasi

Struktur organisasi yang terdapat di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 adalah sebagai berikut ini:

Ketua (pengasuh)	: Dr. KH. A. Muflih Azam, SE,MM
Sekretaris	: Dr. Hj. Luluk Zahrotul M.,
Bendahara	: Teguh Wibowo
Direktur I (pendidikan)	: H. Mahmud, M.PdI
Direktur II (pembangunan)	: H. Misbahuddin aziz
Direktur III (sarpras)	: Agus Alfani, S.PdI
Direktur IV (sosial keagamaan)	: H. Ahmad Rofiq, SE

e. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan merupakan faktor yang sangat penting dalam pondok pesantren. Dengan adanya sarana dan prasana yang memadai proses pembelajaran akan mempengaruhi keberhasilan

pendidikan di pondok pesantren. Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di pondok modern Al-Rifa'ie 2 sebagaimana berikut ini⁹⁸:

1. Masjid Al-Rifa'ie
2. Asrama Santri Putra
3. Asrama Santri Putri
4. Gedung SD Modern Al-Rifa'ie, Gedung SMP Modern Al-Rifa'ie dan SMK Modern Al-Rifa'ie Masing-masing terdiri dari: Ruang belajar, Perkantoran, Lab Multimedia, Lab IPA, Lab Komputer, Laboratorium Farmasi, Laboratorium Keperawatan, Perpustakaan.
5. Sarana umum, yaitu: minimarket, ruang makan, kantin, Laundry, gedung pertemuan, taman, dan lain-lain.
6. Sarana olah raga yaitu: lapangan sepak bola, Lapangan Futsal, basket, volly, badminton.
7. Sarana berlatih kewirausahaan: agrobisnis, peternakan, dan lain-lain.

f. Guru dan Karyawan

Guru adalah orang yang memberikan pengajaran dan pendidikan kepada anak didik atau santri. Guru merupakan faktor penentu dalam mencapai tujuan pendidikan, sehingga guru harus mempunyai kemampuan dan pengetahuan yang luas. Berkenaan dengan hal tersebut, para pengajar di pondok modern Al-Rifa'ie 2 merupakan tenaga yang kompeten dibidangnya yaitu lulusan dari berbagai pondok pesantren dan Universitas di Indonesia. Adapun guru atau pendidik di pondok modern Al-Rifa'ie 2 secara keseluruhan kurang lebih berjumlah 164.

⁹⁸ Sumber: Dokumen data sarana prasarana tahun 2017-2018.

g. Peserta Didik

Yayasan Pendidikan Pondok Modern Al-Rifa'ie merupakan lembaga pendidikan Islam yang bertujuan mencerdaskan masyarakat, dengan mengemas pendidikan menggunakan sistem merger/mix (formal dan diniyah) sehingga dapat menarik minat masyarakat dari berbagai daerah. Adapun santri yang belajar di pondok modern Al-Rifa'ie 2 berasal dari berbagai daerah pulau Jawa, dan luar pulau Jawa seperti Riau, Sumatera, Kalimantan, NTB dan lain sebagainya, yang menimba ilmu pengetahuan diberbagai unit dan jenjang pendidikan baik di SD, SMP, SMA, Madrasah Diniyah, dan Madrasah Murottilil Qur'an.

Untuk mengetahui perkembangan keadaan santri di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 4.3

Data Keadaan Santri

No	Tahun Pelajaran	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	2012-2013		84	84
2	2013-2014		193	193
3	2014-2015	58	271	329
4	2015-2016	200	343	543
5	2016-2017	427	436	863
6	2017-2018	551	661	1212

Sumber: Dokumen data keadaan santri tahun 2017-2018.

B. Paparan Data Penelitian

Pada paparan data penelitian, peneliti akan memaparkan data hasil penelitian lapangan yang diperoleh melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi sebagaimana berikut.

1. Paparan Data di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo

a. Proses Perencanaan Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Perencanaan program humas dalam mengembangkan citra di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo meliputi penyusunan kegiatan, kapan pelaksanaannya, tujuannya dan rincian anggaran yang dituangkan dalam program kerja. Program kerja disusun oleh tim humas yang dibentuk oleh majelis keluarga untuk merumuskan program humas.

Perumusan program humas tidak terlepas dari hasil evaluasi program yang telah dilakukan sebelumnya, karena dari hasil evaluasi tersebut dapat diketahui kekurangan-kekurangan yang ada, sehingga dapat ditentukan langkah perbaikan kedepan dan menyusun perencanaan program humas kembali.

Dalam perencanaan program di bagi menjadi dua hal yaitu program tahunan dan program insidental. Program tahunan meliputi program jangka pendek dan jangka panjang, sedangkan program insidental adalah program kegiatan-kegiatan yang mendadak. Sebagaimana yang dituturkan oleh KH. Ahmad Bafadol Damhuji selaku penasehat, Beliau menuturkan:

“Perencanaan dibentuk dalam program kerja yang dirancang oleh bidang humas dan majelis keluarga ndalem. Selanjutnya sebagai langkah awal adalah menyamakan visi antara majelis keluarga dan bidang humas. Sehingga terbentuklah program pondok pesantren”⁹⁹

Ungkapan di atas juga dibenarkan oleh Gus Helmi Nawali, selaku tim bidang humas:

“Masalah perencanaan, disini ada perencanaan tahunan, kita juga punya program bulanan dan juga mingguan. Namun juga ada kegiatan yang bersifat insidental, biasanya dalam hal kebutuhan media atau promosi. Misal kemarin ketika ada promosi dari Indomie, Maka kita siapkan para santri untuk lomba olahraga dan yel-yel untuk kebutuhan liputan dan promosi pesantren juga”¹⁰⁰

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa selain perumusan program kerja, yang tidak kalah penting harus dilakukan adalah penyamaan visi, karena dengan hal tersebut akan mempunyai pandangan yang luas tentang apa yang akan direncanakan. Sehingga dapat memberikan inspirasi tentang apa dan bagaimana yang harus dilakukan.

Dalam merumuskan program-program pesantren, lembaga melibatkan stakeholder terutama ketika evaluasi program kerja tahun sebelumnya sekaligus memberi pertimbangan untuk perencanaan program baru untuk diketahui bersama, alumni merupakan bagian dari stakeholder pesantren dan menjadi bagian penting untuk mendukung program pesantren. Salah satu alumni dari pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah Bapak Nur Hasan, dalam wawancara tentang keterlibatan alumni dalam program pesantren beliau menuturkan:

⁹⁹ Wawancara dengan KH. Ahmad Bafadol Damhuji penasehat pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 24 November 2017

¹⁰⁰ Wawancara dengan Gus Helmi Nawali tim humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 13 November 2017

“Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo merupakan pondok pesantren yang sangat pesat perkembangannya, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya karena telah berhasil mencetak alumni dan banyak santri yang berprestasi. Kami diundang pondok pesantren dalam rangka evaluasi dan sosialisasi program pesantren”¹⁰¹

Dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa proses perencanaan program humas di Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo melibatkan stakeholder dalam menentukan kebijakan-kebijakan program pesantren. Namun demikian, program-program tersebut telah dirumuskan dan disusun terlebih dahulu oleh tim humas lalu disampaikan kepada stakeholder untuk diberikan saran-saran.

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa perencanaan humas di Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo diawali dengan perumusan program kerja oleh tim humas dan majelis keluarga. Program dari humas pun juga harus sesuai dengan visi misi lembaga dan juga memperhatikan konsumen pendidikan dengan jeli sehingga perencanaan yang telah dibuat dapat dilaksanakan dengan baik. Tahapan di atas merupakan gambaran perencanaan program humas yang ada di Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dalam mengembangkan citra lembaga.

b. Implementasi Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Citra pisotif lembaga merupakan salah satu poin penting yang mempengaruhi keberhasilan sebuah lembaga khususnya pesantren.

Maka dengan demikian setiap pesantren perlu membangun citranya

¹⁰¹ Wawancara dengan bapak Nur Hasan tim humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo korwil singosari, pada tanggal 20 November 2017

dimata masyarakat luas. Citra yang dikembangkan tentunya bukan sekedar citra yang sifatnya semu, namun benar-benar terbentuk dari gambaran atau penilaian stakeholders terhadap sumber daya, prestasi yang dimiliki serta program-program yang dijalankan pondok pesantren.

Program-program humas yang dilaksanakan bukan hanya yang sudah terprogram saja, akan tetapi juga melakukan kegiatan yang bersifat insidental, biasanya dalam hal kebutuhan media atau promosi. Misalnya kemarin ketika ada promosi dari Indomie, Maka para santri disiapkan untuk lomba olahraga dan yel-yel untuk kebutuhan liputan dan promosi pesantren juga¹⁰².

Dalam menjalankan program di atas tentunya membutuhkan berbagai macam cara agar dapat meyakinkan serta diterima oleh masyarakat. Hal ini dilakukan karena untuk mengembangkan citra lembaga dan mendapatkan kepercayaan masyarakat itu bukan pekerjaan yang mudah. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh KH Fathul Bari sebagai berikut:

“Pondok pesantren ini dirintis melalui perjalanan yang tidak mulus, awalnya tidak memiliki gedung hanya ada satu bangunan yang terbuat dari bambu (gubuk), jumlah murid yang awalnya 9 orang santri, fasilitas pondok yang tidak memadai, dan manajemen yang berjalan apadanya. Berbeda dengan saat ini, sekarang ini gedung sudah memadai, fasilitas terpenuhi, manajemen sudah tertata hingga santri telah mencapai ribuan orang”¹⁰³

Berdasarkan paparan di atas, berbagai tantangan dan rintangan telah dilewati oleh Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dalam

¹⁰² Hasil observasi di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, tanggal 17 November 2017

¹⁰³ Wawancara dengan KH. Fathul Bari pengasuh pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 9 November 2017

upaya mengembangkan citra lembaga. Sehingga berkat ikhtiar dan kerja keras bersama akhirnya Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo terus berkembang menjadi pesantren yang diminati dan mendapat kepercayaan masyarakat.

Dalam proses mewujudkan berbagai program yang telah direncanakan oleh pesantren maupun dalam program humas, tentunya diperlukan cara atau strategi yang tepat agar dalam pelaksanaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Menurut Gus H. Khoiruddin selaku kabid humas, beliau menuturkan strategi yang digunakan oleh pondok pesantren:

“pondok pesantren ini berkembang bukan hanya melalui kegiatan belajar mengajar di pesantren saja, akan tetapi juga melalui usaha kyai dalam merangkul para alumni dan juga masyarakat, yakni melalui kegiatan pengajian ahad legi, pasar waqi’ah, istighotsah zaadil ma’ad. Kemudian juga melalui badan usaha yang dibangun oleh pesantren yaitu swalayan, pertokoan, SPBBU, kelompok tani, dll. Selain itu pesantren juga memaksimalkan media, baik media online, cetak maupun elektronik”¹⁰⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, strategi yang dilakukan dalam mengembangkan citra Pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah sebagai berikut:

1. Pengajian Ahad Legi

Gambaran program pengajian ahad legi sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak KH. Ahmad Bafadhol Damhuji selaku pelaku sejarah. Beliau menuturkan:

“Pengajian ini dirintis pada tanggal 1 juli 1989, berawal dari pengajian yang bertajuk mengumpulkan alumni

¹⁰⁴ Wawancara dengan Gus H. Khoiruddin kabid humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 9 November 2017

pondok pesantren dengan berkeliling ke rumah-rumah alumni secara bergantian agar terjalin silaturahmi antara kyai dan para santri, kemudian setelah beberapa tahun terpusat di pondok pesantren, dengan rentetan acara ngaji bareng kitab *bidayatul hidayah* bersama kyai badruddin, dilanjutkan dengan mauidhoh dari kalangan kyai lokal ataupun regional hingga nasional”¹⁰⁵

Seiring berjalanya waktu serta berkat kesungguhan pengasuh, pengajian ahad legi semakin berkembang dengan didatangkannya para mubaligh baik lokal, regional, hingga nasional. Akhirnya pengajian ahad legi dapat dikenal oleh kalangan masyarakat umum dan dihadiri oleh ribuan jamaah. Masalah pendanaan pun tidak ribet lagi karena pesantren memiliki asat SPBU An Nur dan Kopontren yang dihalui oleh Ag. Khoiruddin, Ak. M.Si. Inilah bukti bahwa pengajian ahad legi sangat berkontribusi besar untuk khlalayah umum bukan hanya dari segi ilmu tetapi juga mensuplai ekonomi jamaah yang terikat dalam ikatan pedagang ahad legi¹⁰⁶.

Dengan semakin besarnya pengajian ahad legi dan santri yang luluh lantah serta ribuan jamaah yang hadir. Sehingga mereka dapat mendengarkan pengajian dengan duduk-duduk santai di taman-taman yang ada, seraya bercengkerama dengan anaknya.

¹⁰⁵ Wawancara dengan KH. Ahmad Bafadhol Damhuji pelaku sejarah pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 24 November 2017

¹⁰⁶ Moch Iqbal Imami. 2017. <http://annur2.net/sejarah-dan-perkembangan-pengajian-ahad/legi/> diakses pada 15/4/2018

2. Pasar Waqiah

Kegiatan ini dimulai sekitar tahun 1990, yang bertempat di area dalem barat, Almaghrulah K.H. M. Badruddin Anwar mendirikan sebuah majlis pembacaan suratul waqi'ah yang dinamai "Pasar Waqiah" Sebanyak 41 kali bacaan suratul waqiah itu dibaca secara bersama-sama, dan kebetulan pada waktu itu bertepatan dengan bulan Ramadhan. Pada tahun 1994 pasar waqiah mulai menyebar ke kampung-kampung, seperti desa Kasri, tepatnya di dusun Kerajan dengan hanya membaca sebanyak 5 kali. Tahun 1995, jama'ah pasar waqiah mulai mengalami perkembangan yang semula hanya beberapa orang, hingga menjadi 30 korwil seperti: kedung kandang, Gondang Legi dan masih banyak lagi. Pada tahun 1996, dimulailah pasar waqiah pada malam Ahad kliwon, yang bertempat di masjid pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo¹⁰⁷.

3. Istighotsah Zaadil Ma'ad

Kegiatan Istighotsah Zaadil Ma'ad ini berawal pada sekitar tahun 90-an tatkala kondisi bangsa dan negara mengalami krisis ekonomi dan banyaknya masalah yang dihadapi masyarakat. Dalam pelaksanaannya, Istighotsah Zaadil Ma'ad ini diikuti para jama'ah yang terdiri dari para santri, alumni dan masyarakat sekitar. Tujuan utama diadakannya istighotsah ini adalah untuk membantu mengatasi perekonomian dan masalah-

¹⁰⁷ Data dokumentasi program humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, 2 November 2017

masalah yang tengah dihadapi masyarakat dengan bermunajat kepada Allah karena Dialah sang Maha Rahman dan Rahim.

Kegiatan ini dilaksanakan setiap satu bulan sekali, tepatnya pada hari Jum'at Wage atau hari Jum'at sebelum Ahad Legi. Dan dilaksanakan pada satu tempat ke tempat yang lain. Yakni rumah para alumni ataupun masyarakat luar. Sebelum istighotsah dimulai, kegiatan diawali dengan tawassul yang dalam hal ini langsung dipandu oleh jajaran pengasuh. Dilanjutkan dengan pembacaan solawat, kemudian diisi dengan mauidhotul khasanah yang dalam hal ini juga disampaikan oleh jajaran pengasuh pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Al-Murtadlo. Dan diakhiri dengan acara inti yakni Istighotsah beserta do'a¹⁰⁸.

Kegiatan ini membawa beberapa manfaat, diantaranya adalah taqarrub ilallah (Mendekatkan diri kepada Allah), mendekatkan Kyai dengan ummat, dan juga mempromosikan Pondok Pesantren An Nur kepada khayalak luar, bahwa Pondok Pesantren An Nur juga memiliki kegiatan kemasyarakatan.

4. Menciptakan *Brand Image* Pesantren

Brand merupakan bagian penting dari sebuah lembaga, karena brand dapat memberikan citra yang baik kepada lembaga. sebuah brand yang dibangun akan memiliki potensi besar dalam mengembangkan citra lembaga jika mempunyai tujuan yang jelas.

¹⁰⁸ Data dokumentasi program humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, 2 November 2017

Dari hasil wawancara dengan ustadz Shobirin selaku Kabag Kurikulum Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo beliau menuturkan bahwa diantara strategi dalam mengembangkan citra Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah dengan membuat branding, agar pesantren menjadi mudah dikenal banyak orang.

Dalam upaya mengembangkan citra lembaga, Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo membuat sebuah brand yaitu “pesantren wisata”. Penamaan tersebut bukan hanya sekedar iklan, akan tetapi brand tersebut didasarkan pada desain pondok pesantren yang dibuat seperti tempat wisata. Sehingga pondok pesantren mempunyai ciri khusus atau keunikan dimata masyarakat, dan pada akhirnya membentuk citra yang positif di masyarakat.

5. Menggunakan Media

Dalam kegiatan humas media merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa ditinggalkan, karena melalui media pencitraan lembaga akan cepat sampai kepada masyarakat luas. Sehingga penggunaan media merupakan bagian dari strategi humas yang dijalankan oleh Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo. Sebagaimana yang disampaikan Gus Helmi Nawali:

“Pondok pesantren juga menggunakan media, baik media cetak, jadi kegiatan pesantren banyak diliput Koran, majalah, dll, juga menggunakan media online, kita punya facebook, instagram dan juga web. Pesantren ini juga sering diliput oleh stasiun televisi baik lokal maupun

nasional. Media manual seperti spanduk, baleho maupun brosur juga masih kami gunakan”¹⁰⁹

Peneliti juga mengungkapkan bahwasannya:

“ketika bekunjung ke Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo nampak terlihat adanya liputan dari stasiun televisi nasional, yaitu JTV dalam rangka kegiatan jalan sehat yang diselenggarakan oleh Indomie”¹¹⁰

Dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa dalam upaya mengembangkan citra lembaga Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo menggunakan media, yaitu media cetak, media elektronik, media online, dan media yang lainnya.

6. Unit Usaha Pondok Pesantren (SPBU, Swalayan dan tani)

Selain menggunakan media upaya yang dilakukan oleh pesantren adalah dengan mengembangkan kemandiriannya, yaitu dengan mendirikan berbagai unit usaha. Berbagai unit usaha bisnis dikembangkan Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo guna kemandirian Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo. Prinsip bahwa pendidikan tidak boleh terlalu mahal dan harus bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat benar-benar menjadi tujuannya. Kemandirian pendidikan pesantren dianggap menjadi salah satu pilar utama untuk menjaga keberlangsungan proses belajar mengajar di lembaga pendidikan Islam ini.

Hal tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh KH.

Ahmad Bafadhol Damhuji, yaitu:

¹⁰⁹ Wawancara dengan Gus Helmi Nawali tim humas pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 13 November 2017

¹¹⁰ Hasil observasi di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, tanggal 17 November 2017

“Kami memiliki unit usaha yang dikembangkan untuk menunjang operasional pesantren, diantaranya: Swalayan, Pertokoan, SPBU, KBIH, Travel, Kelompok pertanian tebu dan koperasi santri”¹¹¹

Berdasarkan point-point yang telah disampaikan di atas, secara tidak langsung pondok pesantren telah melakukan kegiatan hubungan masyarakat, yaitu melalui komunikasi yang baik dengan konsumen yang menikmati jasa unit usaha pondok pesantren. Pada akhirnya komunikasi dan kemandirian pondok pesantren itulah yang menjadi modal berharga dalam mengembangkan citra pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo.

7. Ikatan Santri Alumni An Nur (IKSAN)

Keberhasilan sebuah lembaga pendidikan juga termasuk tanggungjawab para alumni. Secara dhohir alumni memang sudah tidak memiliki ikatan dengan lembaga, akan tetapi secara batin alumni merupakan masyarakat yang memiliki ikatan dengan suatu lembaga pendidikan, yang telah membentuk dia selama menempuh pendidikan. Selain itu, alumni merupakan aset yang harus dikelola oleh pesantren agar alumni dapat diberdayakan sesuai dengan kebutuhan pesantren. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh KH. Fathul Bari, yaitu:

“Pondok Pesantren besar karena peran alumninya. Kemudian beliau mencontohkan, *berkat peran para alumni, jama'ah Pasar Waqi'ah meningkat. Bahkan ada salah satu alumni asal Dampit yang turut mengajak jama'ahnya sebanyak satu bis*”¹¹²

¹¹¹ Wawancara dengan KH. Ahmad Bafadhhol Damhuji penasehat pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 24 November 2017

¹¹² Wawancara dengan KH. Fathul Bari pengasuh pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 9 November 2017

Berdasarkan paparan di atas dapat diketahui bahwa alumni turut berperan dalam mengembangkan kegiatan-kegiatan yang diprogramkan oleh pondok pesantren, sehingga jamaah yang datang semakin banyak. Hal tersebut secara tidak langsung juga termasuk penyambung lidah antara pondok pesantren dengan masyarakat.

c. Kendala Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Setiap organisasi atau lembaga pendidikan yang masih dalam tahap berkembang pasti akan mengalami problem atau kendala. Kendala yang dihadapi bisa bermacam-macam, baik dalam proses pelaksanaan program pendidikan maupun dalam pelaksanaan program humas. Kendala-kendala tersebut dapat diketahui setelah adanya perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi sehingga dapat ditemukan solusinya untuk perbaikan guna memperoleh hasil yang lebih baik.

Setiap kegiatan yang ada di pondok pesantren ini hampir semuanya berjalan sesuai dengan rencana yang telah tersusun, mulai dari kegiatan belajar mengajar, baik yang berkaitan dengan pendidikan formal atau non formal serta kegiatan-kegiatan lainnya. Berdasarkan informasi yang peneliti terima dari wawancara dengan KH. Ahmad Bafadhol Damhuji yang menjadi kendala atau masalah dalam pengembangan citra pondok pesantren ini yaitu:

“Banyak yang menganggap remeh kegiatan-kegiatan humas yang dilakukan oleh pondok pesantren karena kurangnya pemahaman masyarakat. Untuk mengatasi masalah ini maka strategi yang dilakukan pengasuh dan pengurus pondok yaitu memberi

informasi dan pemahaman kepada masyarakat, serta terus istiqomah dalam mensyi'arkan pesantren”¹¹³

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa kendala yang dialami oleh pondok pesantren dalam syi'ar kepada masyarakat adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pendidikan, sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pondok pesantren kurang diminati oleh masyarakat.

Dalam upaya mengatasi kendala yang dialami tersebut, pengasuh bersama pengurus pondok terus berupaya memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat serta terus istiqomah dalam mensyiarkan pondok pesantren, sehingga masyarakat mengetahui seluruh program-program yang diadakan pondok pesantren.

Peneliti juga mewawancarai ustad Fathur Rohman selaku bagian Madin, beliau menyampaikan:

“kendala yang kami hadapi adalah keterbatasan tenaga pengajar karena banyaknya santri dan adanya beberapa program yang baru dibuka. Sehingga dewan asatidz yang masih dalam masa belajar pun kami berdayakan untuk membantu dan mengambil beberapa guru bantu dari luar pesantren”¹¹⁴

Dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa kendala yang dihadapi oleh pondok pesantren terkait masalah pendidikan adalah kurangnya tenaga pengajar yang ada dilingkungan pendidikan non formal. Hal ini dikarenakan banyaknya santri yang masuk serta ada beberapa program baru seperti tahfidz Al-Qur'an dan program khusus baca kitab. Untuk mengatasi masalah tersebut pengasuh beserta

¹¹³ Wawancara dengan KH. Ahmad Bafadhol Damhuji pelaku sejarah pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 24 November 2017

¹¹⁴ Wawancara dengan ustad Fathur Rohman bagian madin pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo, pada tanggal 15 November 2017

pengurus pondok berusaha untuk memanfaatkan SDM yang ada, yaitu dengan memberdayakan asatidz yang masih belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Kitab Kuning untuk membantu mengajar. Kemudian pondok juga mempunyai guru tugas dari mesir untuk program tahfid Al-Qur'an.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi pondok pesantren dalam mengembangkan citra pondok pesantren. Adapun yang menjadi kendala adalah kurangnya pemahaman masyarakat dan kurangnya tenaga pengajar yang professional. Adapun solusinya adalah dengan terus istiqomah memberikan informasi serta pemahaman kepada masyarakat dan mengambil guru bantu untuk mengatasi masalah kurangnya tenaga professional.

2. Paparan Data di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

a. Proses Perencanaan Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Perencanaan merupakan proses yang penting dalam setiap organisasi. Dalam proses perencanaan membutuhkan strategi-strategi dengan cara menganalisis kebutuhan yang diperlukan sehingga dapat mengembangkan citra lembaga menjadi lebih baik. Hal ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui hal apa yang perlu dilakukan terlebih dahulu, jika sebelumnya melakukan strategi yang kurang berhasil maka sudah seharusnya mencoba strategi lainnya sehingga pada akhirnya apa

yang menjadi hambatan atau kendala yang dihadapi dalam mengembangkan citra lembaga dapat ditemukan solusinya.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa'ie 2, bapak Ahmad Rofiq yaitu:

“Dalam perencanaan, direktur pusat pondok modern al-rifa’ie 2 bersama humas unit pendidikan dan dipimpin oleh pengasuh membuat team untuk menentukan beberapa hal, diantaranya: kapan rapat kerja humas, kapan pembuatan program kerja humas, kapan sosialisasi program kerja humas. Setelah tahapan tersebut dilalui barulah program tersebut dijadikan program jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang”¹¹⁵

Berdasarkan keterangan bapak Rofiq di atas, dapat diketahui bahwa penyusunan program humas dilaksanakan berdasarkan hasil pertemuan yang telah disepakati antara pengasuh, jajaran direktur dan humas instansi yang ada di pondok modern Al-Rifa'ie 2. Beliau juga menambahkan bahwa dalam proses perencanaan atau penyusunan program humas juga melibatkan masyarakat, sebagaimana hasil wawancara peneliti, yaitu:

“Dalam perencanaan program kami mempunyai tim intern dan ekstern, untuk tim intern terdiri dari jajaran direktorat dan pimpinan unit, sedangkan dari tim ekstern terdiri dari perwakilan korwil dari daerah-daerah, mereka kami undang dalam rapat akhir tahun sekaligus evaluasi program serta membahas mengenai hal-hal yang dapat memajukan pesantren”¹¹⁶

Hal tersebut senada dengan penuturan bapak Mahmud selaku direktur pendidikan, yaitu:

“Kami selaku direktorat yang menaungi bidang pendidikan selalu merencanakan program-program pendidikan yang dapat meningkatkan kompetensi santri baik dalam pendidikan formal

¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq Direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa'ie 2, pada tanggal 7 Desember 2017

¹¹⁶ Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq Direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa'ie 2

maupun diniyah dan juga selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik. Sehingga secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan citra lembaga”¹¹⁷

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa dalam perencanaan program di pondok modern Al-Rifa’ie 2 selalu diawali dengan perencanaan yang matang dan juga melibatkan masyarakat sebagai bagian dari stakeholder pesantren.

Proses perencanaan program humas biasanya dilakukan setiap akhir tahun ajaran dan menjelang awal tahun ajaran baru. Sebagaimana yang disampaikan Bapak Agus Alfani selaku direktur sarana dan prasarana, beliau menuturkan:

“Setiap perencanaan program menjelang awal tahun ajaran baru kami selalu melibatkan kyai, karena kyai merupakan tokoh sentral yang ada di pondok pesantren, akan tetapi dalam hal pelaksanaannya nanti ada ruang kerjanya sendiri-sendiri dan itu urusan teknisnya saja. Jadi menurut saya di pusat itu berkaitan dengan urusan strategis sedangkan di unit merupakan urusan teknis”¹¹⁸

Dari beberapa penjelasan di atas dapat dipahami bahwa perencanaan program humas dalam mengembangkan citra selalu dilakukan dengan perencanaan yang matang, dengan melalui tahapan yang telah ditetapkan dalam penyusunan program kerja yang meliputi program jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

¹¹⁷ Wawancara dengan Bapak Mahmud Direktur pendidikan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 14 Desember 2017

¹¹⁸ Wawancara dengan Bapak Agus Alfani selaku Direktur sarana dan prasarana pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 1 Desember 2017

b. Implementasi Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Dewasa ini, Sebuah lembaga pendidikan yang bisa berkembang dan eksis di masyarakat sudah pasti memiliki humas, melalui humas inilah sebuah organisasi atau lembaga pendidikan memperkenalkan program-program yang ditawarkan kepada khalayak umum. Begitu juga dengan keberhasilan pondok modern Al-Rifa'ie 2 ini tidak terlepas dari kerja sama yang dilakukan oleh pihak *intern*, sebab dengan kekompakan dan kerja sama yang baik akan mempermudah tujuan yang diinginkan dan semua problem akan lebih mudah di atasi.

Dalam pelaksanaan program humas di pondok modern Al-Rifa'ie 2 menggunakan sistem informasi dan komunikasi kehumasan. Sebagaimana yang dituturkan oleh Bapak Ahmad Rofiq, yaitu:

“Terkait sistem informasi dan komunikasi kehumasan yang dijalankan meliputi: 1) Program kerja kehumasan antara pusat dan unit, 2) Pertemuan tim humas dan redaksi, 3) Memberi usulan untuk kegiatan yang bersifat insidentil berdasarkan kejadian-kejadian yang tak terduga”¹¹⁹

Sistem komunikasi yang telah dirancang tersebut dijadikan sebagai landasan dalam melaksanakan program humas di pondok modern Al-Rifa'ie 2. Program-program humas yang dilaksanakan bukan hanya yang sudah terprogram saja, akan tetapi juga melakukan kegiatan yang bersifat insidentil, biasanya dalam hal kebutuhan media atau promosi.

Dalam menjalankan program humas tentunya membutuhkan berbagai macam strategi agar dapat meyakinkan serta diterima oleh

¹¹⁹ Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq Direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa'ie 2, pada tanggal 7 Desember 2017

masyarakat, yaitu dengan cara menampilkan prestasi akademik dan non akademik, mempublikasikan kelebihan-kelebihan lembaga kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan atau memanfaatkan media. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh KH A. Muflih Azam, selaku pengasuh sebagai berikut:

“Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 melakukan berbagai strategi, diantaranya melalui sarana kegiatan yang efektif dalam mempublikasikan program-program pondok seperti istighosah, shalat hajat, dan lain sebagainya. Dengan media inilah program pondok disampaikan sehingga program yang direncanakan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat”¹²⁰

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Mahmud selaku direktur pendidikan, yaitu:

“Dalam mengembangkan citra pondok ini kita melakukan berbagai strategi dengan menggunakan daya dan upaya kita, diantaranya: pelayanan yang terbaik dan program pendidikan yang unggul. Selain itu kita juga menggunakan media sosial, media cetak dan media elektronik, seperti Batu TV, Radar Malang, dll. Yang tidak kalah penting kita juga menggunakan soft marketing yaitu dari lidah ke lidah para santri dan wali santri”¹²¹

Peneliti juga mewawancarai Bapak Ahmad Rofiq, selaku direktur Sosial keagamaan, beliau menambahkan:

“Yang kita sampaikan ke masyarakat merupakan kelebihan kita, jadi pondok itu memiliki nilai-nilai keagamaan yang kuat, akan tetapi kelebihan kita tidak hanya melalui sektor keagamaan saja, kita juga mempromosikan pondok kepada masyarakat melalui sektor bisnis, seperti KBIH, Savana Tour & Travel, Kopontren, Baitul Mal dan kelompok Tani Tebu”¹²²

¹²⁰ Wawancara dengan KH A. Muflih Azam pengasuh pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 24 Desember 2017

¹²¹ Wawancara dengan Bapak Mahmud Direktur pendidikan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 14 Desember 2017

¹²² Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq Direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 7 Desember 2017

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa banyak sekali strategi yang dilakukan humas dalam mempublikasikan lembaganya melalui media yang ada agar dikenal oleh masyarakat. Sehingga dengan adanya media tersebut lembaga dapat menyampaikan informasi, keadaan dan khususnya kelebihan pondok modern Al-Rifa'ie 2, baik itu tentang prestasi yang dimiliki maupun hal-hal yang bersifat positif lainnya.

Dalam upaya memaksimalkan program humas, pondok modern Al-Rifa'ie 2 dan divisi kehumasan memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Program unggulan dan fasilitas terbaik

Dalam upaya mengembangkan citra lembaga pendidikan, pesantren juga harus memiliki program unggulan dan memberikan fasilitas yang terbaik, sehingga dengan hal tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri dikalangan masyarakat. Berikut ini merupakan beberapa keunggulan pondok modern Al-Rifa'ie 2 yang berdampak pada pembentukan citra lembaga, diantaranya:

- a) pesantren berbasis Arabic-English Conversation
- b) tahfidz hadis tematik
- c) madrasah murottilil Qur'an
- d) prestasi yang sudah terbukti
- e) gedung dan fasilitas yang baik

- f) pondok bersih dan asri
- g) bus antar jemput bagi peserta didik yang tidak mondok
- h) biaya standart dan cukup terjangkau
- i) lingkungan pondok nyaman dan security 24 jam.

2. Memberi pelayanan terbaik

Kegiatan humas bukan berarti pada saat promosi saja. Akan tetapi, yang tidak kalah penting adalah memberikan pelayanan yang terbaik. Hal tersebut merupakan bagian dari promosi yang juga perlu untuk dilakukan. Oleh sebab itu, promosi bukan hanya mengandalkan media atau kegiatan tertentu namun juga harus diiringi dengan memberikan pelayanan terbaik. Dalam wawancara dengan Bapak Mahmud selaku direktur pendidikan, Beliau menuturkan:

“Promosi pada lembaga kami bukan hanya mengandalkan spanduk, brosur atau media saja, akan tetapi yang tidak kalah penting adalah dengan terus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna jasa pendidikan kita, misalnya dengan cara terus melakukan pembinaan SDM yang ada, tenaga pengajar yang professional dan seterusnya. Dengan pelayanan yang baik itulah pelanggan akan puas sehingga mereka akan bercerita dari lidah ke lidah”¹²³

Berdasarkan penuturan direktur pendidikan di atas dapat dipahami bahwa memberikan pelayanan yang terbaik merupakan strategi utama yang dilakukan humas. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari pelayanan terbaik di pondok modern Al-Rifa’ie 2. Ketika pengguna jasa pendidikan

¹²³ Wawancara dengan Bapak Mahmud Direktur pendidikan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 14 Desember 2017

tersebut puas maka mereka akan bercerita dari mulut ke mulut sehingga citra lembaga akan tersebar luas dan semakin diterima di masyarakat.

3. Jamaah Istighotsah Mingguan

Sejak berdirinya Pondok Modern Al-Rifa'ie di desa Ketawang-Gondanglegi, sosok kiai Mad seolah menciptakan magnet sendiri di daerah ini. Selain pesantrennya yang mampu menyedot ribuan santri, juga kegiatan istighosah yang dipimpinnya mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat, baik dari sisi kehidupan ekonomi maupun agama. Selain itu kegiatan istighotsah tersebut juga berpengaruh terhadap perkembangan pondok pesantren, sebagaimana penuturan KH. A. Muflih Azam, yaitu:

“Kegiatan istighosah ini merupakan media yang efektif sekali untuk sarana publikasi mengenai program-program yang akan dilaksanakan oleh pondok sekaligus media promosi”¹²⁴

Melalui kegiatan istighitsah yang telah dikemukakan di atas tersebut diharapkan pengembangan dan peningkatan kualitas di pondok modern Al-Rifa'ie 2 dapat terwujud, tentunya dengan adanya dukungan kerjasama yang baik antara pengasuh, dewan asatidz, para santri, wali santri, masyarakat dan stakeholder lainnya.

¹²⁴ Wawancara dengan KH A. Muflih Azam pengasuh pondok modern Al-Rifa'ie 2, pada tanggal 24 Desember 2017

Kegiatan istighosah diikuti oleh ribuan orang dari berbagai daerah, dilaksanakan rutin setiap Ahad pagi dan dimulai pukul 07.00 WIB sampai dengan selesai. Adapun serangkaian ibadah yang dilakukan adalah dimulai dari Sholat Dluha, Sholat Tasbih dan Sholat Ghoib serta dilanjutkan dengan istighosah dan pembacaan Surat Yasin. Usai kegiatan istighosah, Beliau menyisipkan sedikit ceramah.

4. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)

KBIH didirikan pada tahun 1981 yang pada awalnya bertempat dipondok Al-Fatah Singosari yang kemudian dipindahkkan ke Ketawang Gondanglegi seiring dengan berdirinya pondok modern Al-Rifa'ie juga merupakan unit yang dikenal masyarakat karena fasilitas dan pelayanan yang sudah tidak diragukan lagi keprofesionalannya. Setiap tahunnya KBIH Al-Rifa'ie membawa sekitar 300 orang calon jamaah haji dan langsung dipimpin KH. Ahmad Zamachsyari kemudian setelah beliau wafat digantikan oleh putranya yaitu KH A. Muflih Azam. Sebelum calon jamaah haji ini diberangkatkan ketanah suci terlebih dulu dibekali berbagai pengetahuan dan bimbingan tentang haji serta hal-hal yang berkenaan dengannya melalui kegiatan manasik haji. Selain itu KBIH Al-Rifa'ie mengadakan arisan haji untuk masyarakat sekita agar pembayaran haji agar lebih ringan. Kegiatan ini juga sangat efektif sebagai pengenalan

pondok kepada masyarakat dalam rangka pengembangan citra lembaga pendidikan¹²⁵.

5. Al-Rifa'ie Islamic Tour

Kegiatan ini dirintis pada tahun 2003 yang merupakan satu unit pelayanan masyarakat umum yang ada di pondok modern Al-Rifa'ie 2. Kegiatan utamanya sebagai penyelenggaraan ibadah umroh dan wisata Islam ke berbagai negara Islam di dunia seperti Mesir, Yunani, Arab dan lain sebagainya. Umroh dan tour dilaksanakan 2 kali dalam 1 tahun yakni pada bulan Ramadhan dan pada akhir tahun pelajaran tepatnya bulan juli. Selain itu umroh dan tour ini bertujuan untuk mengenalkan pada masyarakat tentang perkembangan islam sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan ini bisa mempertebal keyakinan masyarakat terhadap kebenaran ajaran agama Islam.

Al-Rifa'ie Islamic Tour ini merupakan salah satu dari beberapa wadah atau sarana yang digunakan pondok modern Al-Rifa'ie 2 untuk mengembangkan citra lembaga, karena kegiatan ini adalah sarana yang cukup efektif untuk mempromosikan lembaga, karena dalam kegiatan ini dan dimanapun kyai berada selalu berusaha mempromosikan tentang konsep yang sedang dikembangkan di pondok modern Al-Rifa'ie 2 yaitu konsep kemodernanya tentang pondok pesantren yang didirikannya.

¹²⁵ Data dokumentasi pondok modern Al-Rifa'ie 2, 16 November 2017

6. Baitul Maal wat Tamwil (BMT)

BMT Al-Rifa'ie merupakan lembaga keuangan syariah berbentuk koperasi jasa keuangan syariah yang berlatar pondok modern Al-Rifa'ie. Pendirian BMT Al-Rifa'ie dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat sekitar pondok yang menggunakan jasa lembaga keuangan konvensional. Selain itu, potensi lembaga keuangan yang cukup tinggi karena didukung oleh kebutuhan staf, guru, santri, wali santri dan jama'ah istighosah pondok modern Al-Rifa'ie.

BMT Al-Rifa'ie mempunyai tujuan untuk mengembangkan ekonomi anggota dan masyarakat di lingkungan Pondok Modern Al-Rifa'ie yang mendambakan suatu sistem dan tatanan ekonomi syariah yang teratur dan selaras agar bisa menggapai ridho Allah SWT dalam bermuamalah serta dapat memperoleh rizki yang barokah. Produk dari BMT Al-Rifa'ie diantaranya adalah Baitul Maal (Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf) dan Baitul Tamwil. Sebagaimana ditambahkan oleh Bapak Ahmad Rofiq selaku pengurus BMT, beliau menambahkan:

“Masyarakat di sekitar lingkungan pondok modern Al-Rifa'ie sebagian besar adalah petani, jadi kami juga membuka jasa kebutuhan untuk para petani tebu, seperti modal, pupuk, peralatan pertanian, dll”¹²⁶

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa, berdirinya BMT Al-Rifaie sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar pondok karena apa yang dilakukan oleh pondok sesuai

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq pengurus BMT pondok modern Al-Rifa'ie 2, pada tanggal 7 Desember 2017

dengan kebutuhan masyarakat. Hal itulah yang secara tidak langsung juga berfungsi sebagai media promosi dalam rangka mengembangkan citra pondok modern Al-Rifa'ie 2.

7. Memanfaatkan Media

Dalam upaya mewujudkan berbagai program yang telah disusun dalam program kerja humas, pondok modern Al-Rifa'ie 2 menggunakan media ketika sosialisasi maupun saat promosi. Adapun beberapa media yang digunakan adalah:

- a) Website (www.pmalrifaie2.com)
- b) Media Sosial (instagram, twitter dll)
- c) Koran
- d) Brosur
- e) Spanduk/Baleho
- f) Majalah Primadina
- g) Kalender, dll

Selain menggunakan media di atas, pondok modern Al-Rifa'ie 2 juga memanfaatkan media televisi untuk meliput berbagai kegiatan yang diagendakan oleh pondok. Media diundang untuk meliput berbagai kegiatan seperti peringatan hari besar, peringatan Milad, dll. Sebagaimana penuturan Bapak Mahmud, sebagai berikut:

“Kami mengundang media televisi sesuai kebutuhan pondok, biasanya dalam event besar seperti, peringatan milad, PHBI dan lain-lain. Akan tetapi

biasanya media televisi sendiri yang datang ke pondok untuk kebutuhan liputan”¹²⁷

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa pondok modern Al-Rifa’ie 2 dalam rangka melaksanakan program humas juga menggunakan media, baik media cetak, media elektronik maupun media-media yang lain. Penggunaan media tersebut cukup efektif untuk memperkenalkan lembaga kepada masyarakat, baik untuk promosi maupun untuk menampilkan keunggulan-keunggulan pondok dalam rangka mengembangkan citra lembaga pendidikan.

c. Kendala Humas dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren

Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 merupakan lembaga pendidikan yang memiliki beberapa unit pendidikan, dengan kerja sama seluruh warganya yang tidak mengenal lelah, sudah selayaknya jika Pondok modern Al-Rifa’ie 2 telah menunjukkan lembaganya mampu berkembang dan bersaing dengan pesantren ataupun sekolah lain.

Pondok modern Al-Rifa’ie 2 telah melaksanakan berbagai macam strategi dalam mengembangkan citra lembaga sehingga masyarakat banyak yang mengetahui tentang pondok dan mau memondokkan anaknya di Pondok modern Al-Rifa’ie 2 ini. Meskipun demikian, bukan berarti dalam pelaksanaan program humas telah berjalan dengan mulus,

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak Mahmud Direktur pendidikan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 14 Desember 2017

akan tetapi juga mengalami beberapa kendala, hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Ahmad Rofiq, yaitu:

“kendala yang kami alami yakni berasal dari internal guru-guru yang masih muda, mereka beranggapan bahwa kegiatan keagamaan seperti istighotsah dan shalat hajat merupakan kegiatan orang tua, padahal kekuatan al-Rifa’ie ini berada pada jama’ah istighotsah. Untuk mengatasinya kami berupaya untuk memberi pemahaman kepada guru-guru betapa pentingnya jama’ah ini”¹²⁸

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Bapak Mahmud selaku direktur pendidikan, beliau menuturkan bahwa:

“Terus terang saja dengan perkembangan pondok yang begitu pesat kadang kami mengalami kendala pada sumber daya manusia dan sumber dana juga, untuk mengatasinya kami mendatangkan guru atau ustadz dari pondok pesantren lain kemudian terkait sumber dana kami menggunakan subsidi silang dan hasil dari unit-unit usaha pondok”¹²⁹

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa kendala yang dialami humas pondok modern Al-Rifa’ie 2 ialah kurangnya pemahaman dari guru-guru tentang pentingnya kegiatan humas, sumber daya manusia yang terbatas atau keteteran karena perkembangan pondok yang pesat, dan masalah sumber dana karena meskipun di pondok ini sudah melimpah dananya tapi kalau pondok ingin terus eksis dan favorit maka juga masih membutuhkan sumber dana.

Namun demikian, pihak pondok pesantren juga terus berupaya untuk mengatasi kendala tersebut, dengan cara: memberikan pemahaman kepada guru-guru dan memberi jadwal secara bergiliran untuk mengikuti kegiatan humas, seperti istighotsah, shalat hajat, PHBI, dan lain-lain.

¹²⁸ Wawancara dengan Bapak Ahmad Rofiq Direktur sosial keagamaan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 7 Desember 2017

¹²⁹ Wawancara dengan Bapak Mahmud Direktur pendidikan pondok modern Al-Rifa’ie 2, pada tanggal 14 Desember 2017

Kemudian terkait sumber daya manusia setiap tahun pondok mengambil guru bantu dari pondok lain untuk membantu kekurangan tenaga akan tetapi juga diberi bisyaroh. Untuk mengatasi masalah dana maka strategi yang dilakukan pondok yakni dengan mencari dana yang diperoleh dari sumbangan wali santri, donatur tidak tetap, unit usaha pondok, Infaq dan SPP dari siswa sendiri.

C. Temuan Penelitian

1. Temuan Penelitian di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo

Berdasarkan paparan data pada penelitian tentang humas di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo di atas maka dapat disusun menjadi temuan tentang (a) proses perencanaan program humas, (b) implementasi program humas, dan (c) kendala program humas dalam mengembangkan citra pesantren. Masing-masing temuan disusun sebagai berikut:

a. Perencanaan program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren

- 1) Penyusunan program humas disesuaikan dengan visi misi pondok pesantren
- 2) Penyusunan program humas dilakukan oleh majelis keluarga dan divisi humas
- 3) Penyusunan program baru berpijak pada program lama serta hasil evaluasi
- 4) Penyusunan program humas berdasar pada kebutuhan konsumen pendidikan

b. Implementasi program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren

- 1) Implementasi program humas dilaksanakan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat
- 2) Implementasi program humas menggunakan beberapa strategi, beberapa strategi yang digunakan antara lain:
 - a. Pengajian Ahad Legi
 - b. Pasar Waqiah
 - c. Istighotsah Zaadil Ma'ad
 - d. Menciptakan *Brand Image* Pesantren
 - e. Menggunakan Media (cetak, elektronik dan online)
 - f. Unit Usaha Pondok Pesantren (SPBU, Swalayan dan tani)
 - g. Ikatan Santri Alumni An Nur (IKSAN)
- 3) Dibutuhkan kerja sama yang baik dari semua elemen untuk hasil yang baik

c. Kendala program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren

- 1) Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pendidikan sehingga partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pondok masih rendah
- 2) Rasio antara tenaga pengajar dan santri kurang proporsional karena kuantitas santri yang membludak dan adanya beberapa program baru.

2. Temuan Penelitian di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Berdasarkan paparan data pada penelitian tentang humas di pondok modern Al-Rifa'ie 2 di atas maka dapat disusun menjadi temuan tentang (a) proses perencanaan program humas, (b) implementasi program humas, dan (c) kendala program humas dalam mengembangkan citra pesantren. Masing-masing temuan disusun sebagai berikut:

a. Perencanaan program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren

- 1) Penyusunan program humas sesuai dengan visi misi lembaga
- 2) Penyusunan program humas dilaksanakan oleh pengasuh, jajaran direktur dan humas instansi
- 3) Membentuk tim pelaksana agar program berjalan dengan baik, yang terdiri dari tim intern dan ekstern
- 4) Penyusunan program baru berpijak pada program lama dan hasil evaluasi
- 5) Penyusunan program humas memperhatikan kebutuhan masyarakat

b. Implementasi program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren

- 1) Implementasi program humas dilaksanakan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat dalam perencanaan
- 2) Implementasi program humas menggunakan beberapa strategi, beberapa strategi yang digunakan antara lain:
 - a) Memberikan fasilitas terbaik dan program unggulan
 - b) Memberi pelayanan terbaik

- c) Jamaah Istighotsah Mingguan
 - d) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)
 - e) Al-Rifa'ie Islamic Tour
 - f) Baitul Maal wat Tamwil (BMT)
 - g) Memanfaatkan Media (cetak, elektronik dan online)
- 3) Kerja sama yang baik dan kekompakan dari semua pihak merupakan kunci dalam mencapai hasil yang maksimal.
- c. Kendala program humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren**
- 1) Kurangnya partisipasi dari para guru dalam kegiatan humas yang bernuansa keagamaan
 - 2) Pondok berkembang sangat pesat sehingga berdampak pada kurangnya kuantitas sumber daya pendidik dan kebutuhan sumber dana yang semakin bertambah.

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab V ini, peneliti akan mendeskripsikan secara mendalam temuan hasil penelitian mengenai peran humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren dan kemudian dikombinasikan dengan konsep teoritis yang ada untuk menemukan titik temu antara keduanya sebagai hasil penemuan baru secara konseptual.

A. Proses Perencanaan Humas dalam Mengembangkan Citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Perencanaan program merupakan tahapan awal bagi manajemen humas dalam mengembangkan citra lembaga pondok pesantren. Dalam proses perencanaan kegiatan humas, semua pihak yang terkait dengan pondok pesantren turut serta dalam perencanaan program kerja atau kegiatan pesantren yang akan dilaksanakan. Sebelum merencanakan sebuah program kegiatan, pondok pesantren telah mempunyai tujuan yang jelas yakni tertuang dalam visi dan misi pondok pesantren.

Perencanaan humas dalam mengembangkan citra di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 meliputi penyusunan kegiatan, kapan pelaksanaannya, tujuannya dan rincian anggaran yang tertuang dalam program kerja. Proses perencanaan program humas kedua lembaga ini telah dirancang sebagaimana prosedur pada masing-masing lembaga.

Prosedur dalam menyusun program humas dipengaruhi oleh kebijakan-kebijakan pada masing-masing pesantren. Perencanaan program humas di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo sangat dipengaruhi oleh kebijakan majelis keluarga ndalem, sehingga perencanaan humas harus dilakukan bersama antara tim humas dengan majelis keluarga. Berbeda dengan pondok modern Al-Rifa'ie 2 yang mempunyai wewenang penuh dalam merencanakan program kerja adalah pengasuh dan para direktur.

Meskipun demikian, dalam merumuskan dan merencanakan program humas haruslah tetap berpijak pada prinsip-prinsip manajemen humas. Prinsip-prinsip dasar tersebut pada praktik manajemen sangat penting antara lain menentukan metode kerja, pemilihan pekerjaan dan pengembangan keahlian, pemilihan prosedur kerja, menentukan batas-batas tugas, mempersiapkan dan membuat spesifikasi tugas, melakukan pendidikan, dan latihan. Melakukan sistem dan besarnya imbalan itu dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi dan produktivitas kerja¹³⁰.

Secara kelembagaan pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 ini berbeda, tetapi keduanya tetap memperhatikan prinsip-prinsip manajemen humas. Hal ini dapat dilihat dari struktur organisasi yang telah tersusun rapi sebagaimana tugas dan prosedur kerja masing-masing sehingga program dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

¹³⁰ Nanang Fattah. *Landasan Manajemen Pendidikan*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm 12.

Persiapan yang matang akan sangat membantu kesuksesan program yang akan dilaksanakan, maka dari itu pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 menyusun program dengan beberapa tahapan guna memperkuat perencanaan yang tertuang dalam program kerja.

Tahapan proses perencanaan humas diawali dengan menyamakan visi yang didasarkan pada visi dan misi lembaga. Sehingga program yang dirumuskan harus menjabarkan visi dan misi yang menjadi tujuan lembaga. Selain itu perencanaan juga harus memperhatikan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Setelah mengetahui kondisi dan kebutuhan yang ada dilingkungan lembaga pendidikan, maka baru dilakukan perencanaan program sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diharapkan oleh lembaga pendidikan yang bersangkutan.

Perencanaan program juga harus berdasar pada fungsi manajemen humas di lembaga pendidikan. Yang merupakan fungsi pokok adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga organisasi dengan publiknya, baik intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga¹³¹. Dikaitkan dengan fungsi humas dan Manajemen humas maka secara operasional teknisnya sebagai berikut:

¹³¹ F. Rachmadi, *Publik Relation dalam Teori dan Praktik*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 21

- a. humas berfungsi melaksanakan penelitian, perencanaan, pengoordinasian, administrasi, produksi, partisipasi komunitas dan nasihat
- b. aktivitas humas adalah pencarian fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka perencanaan (*planing*) yang dibuat meliputi program jangka pendek, menengah dan jangka panjang serta program insidental. Semua program tersebut dituangkan dalam program kerja humas yang berisi tentang kegiatan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, kapan waktunya, siapa penanggung jawabnya serta berapa jumlah anggaran yang dibutuhkan. Sebagaimana pendapat dari Didin Hafiudin dan Henri Tanjung tentang beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perencanaan: (1) hasil yang ingin dicapai, (2) orang yang akan melakukan, (3) waktu dan skala prioritas, (4) dana¹³².

Pandangan Didin Hafiudin dan Henri Tanjung di atas dapat dijadikan pijakan dalam merencanakan program humas agar dapat terlaksana dengan baik. Selain itu agar program humas tepat sasaran sebagaimana tujuan program humas itu sendiri.

Sasaran program humas sebagaimana dalam kajian teori yang disebutkan oleh Linggar Anggoro bahwa sasaran *public relations* adalah publik intern (*internal public*) dan publik ekstern (*eksternal public*)¹³³.

Dapat dilihat bahwa kedua lembaga baik pondok pesantren Annur 2 Al-

¹³² Didin Hafiudin dan Henri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2005), hlm. 77-78

¹³³ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm 211.

Murtadlo maupun pondok modern Al-Rifa'ie 2 telah memperhatikan sasaran program humas sebagai upaya peningkatan citra lembaga. Terbukti dari proses perencanaan program humas kedua lembaga memperhatikan sasaran intern maupun ekstern. Sasaran intern meliputi semua pihak terkait yang ada didalam lembaga mulai guru, staff, sampai dengan karyawan dan santri. Sedangkan sasaran ekstem adalah orang yang berada diluar lembaga dalam hal ini adalah komite pondok, masyarakat, orang tua dan alumni.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh kedua lembaga tersebut sudah memenuhi standart perencanaan. Sehingga dengan adanya perencanaan yang matang akan berdampak positif pada pelaksanaan program kerja.

Pada akhirnya perencanaan merupakan syarat utama bagi setiap program kegiatan yang ada di lembaga pendidikan khususnya humas, tanpa adanya perencanaan yang baik maka pelaksanaan kegiatan akan mengalami kesulitan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang dicanangkan.

B. Implementasi Program Humas dalam Mengembangkan Citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Implementasi program humas dapat dilakukan melalui beberapa tahapan. Menurut Cultip dan Center¹³⁴ dilakukan melalui proses penemuan fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

a. Penelitian dan mendengarkan (*Research-Listening*)

Dalam tahap penemuan fakta ini meliputi penelitian berkaitan dengan pendapat, sikap dan reaksi publik. Pada tahap ini akan dapat diketahui apa yang menjadi problem lembaga.

b. Perencanaan dan mengambil keputusan (*Planning-Decision*)

Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisis, lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijakan dan kegiatan organisasi. Dengan demikian data menjadi acuan untuk merumuskan langkah dalam merencanakan program humas.

c. Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*Communication-Action*)

Rencana yang akan dijalankan harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang terkait dengan teknis yang ada. Dalam tahapan ini akan diputuskan tindakan apa yang harus dilakukan disertai dengan alasan terhadap pilihan keputusan tersebut.

¹³⁴ Scott M Cutlip dan Allen H. Center. *Effective Public Relations*. (Englewood Cliffs N.J: Prentice Hall Inc, 1982), hlm. 139.

d. Mengevaluasi (*Evaluation*)

Dalam proses evaluasi biasanya akan ditemukan kesalahan dan kekurangan dari perencanaan maupun implementasi yang telah dilakukan. Sehingga harus dianalisa dan dikaji agar pelaksanaan berikutnya dapat diperbaiki.

Pemaparan tahapan-tahapan implementasi program humas di atas sebagaimana menjadi kajian teori dalam penelitian ini akan menjadi landasan analisis terhadap hasil penelitian yang diperoleh di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2.

Berdasarkan hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 telah menjalankan beberapa tahapan dalam implementasi program humas. Tahapan yang diterapkan oleh tiap lembaga tidaklah sama karena kondisi dan kebutuhan lembaga juga berbeda. Namun demikian, dalam implementasi tetap berlandaskan pada penemuan fakta. Hal ini dilakukan sebagai upaya memahami kebutuhan lembaga maupun masyarakat terkait dengan program yang akan dilaksanakan. Melalui tahapan inilah diharapkan program kerja yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan fakta yang ada.

Dalam pelaksanaan program kerja humas, baik itu perorangan maupun tim, semuanya memiliki peran penting dalam implementasi program humas. Semua pihak internal memiliki tanggung jawab dalam program yang telah direncanakan. Sebagaimana implementasi program humas di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-

Rifa'ie 2 juga melibatkan pihak internal baik dalam perumusan program sampai pada tahap pelaksanaan.

Dalam pelaksanaan hubungan dengan masyarakat guna meningkatkan citra positif, maka harus melakukan usaha yang bersifat internal maupun eksternal. Menurut Huddleston¹³⁵ banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan citra positif terhadap suatu lembaga pendidikan. Upaya yang dilakukan bisa melalui daya tarik fisik sekolah ataupun melalui daya tarik yang bersifat akademik religius diantaranya adalah:

- a. Lembaga pendidikan membenahi pesantren terutama bagian yang menghadap jalan raya, sehingga setiap menit orang yang lewat di depan pesantren merasa tertarik dan suatu waktu ingin masuk ke pesantren tersebut.
- b. Kerja sama dengan media massa, mereka diundang dan kepada mereka ditawarkan jika mereka memerlukan berita-berita mengenai pendidikan, silakan berhubungan dengan lembaga ini.
- c. Pimpinan lembaga gencar mengadakan pidato, sambutan-sambutan atau seminar guna menginformasikan kepada publik atau orang tua santri tentang bagaimana lembaga yang dipimpin dengan merasa yakin dan membanggakan.
- d. Mengadakan peringatan-peringatan hari besar keagamaan dengan mengundang masyarakat sekitar atau orang tua santri untuk masuk pesantren...

¹³⁵ Huddleston, Jr., Thomas, *Marketing The Applicant Questionnaire College and University*. (New Jersey: Inc.Publ, 1976), hlm 214.

Teori dari Huddleston di atas menjadi salah satu landasan untuk melihat bagaimana implementasi humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren.

Pertama, Huddleston mengemukakan bahwa lembaga pendidikan dapat membenahi pesantren terutama bagian yang menghadap jalan raya, sehingga orang yang lewat di depan pesantren merasa tertarik dan suatu saat ingin masuk ke pesantren tersebut. Peneliti menyimpulkan bahwa kedua pesantren baik pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 telah melakukan perbaikan dan mendesain pesantren sedemikian rupa sehingga terlihat menarik oleh setiap orang yang melewatinya. Mulai dari memberikan papan nama pesantren, kemudian memampang spanduk atau baliho yang berisi gambar siswa yang berprestasi dan lain-lain. Bahkan dari segi bangunan kedua lembaga tersebut memiliki gedung yang megah dengan fasilitas pesantren yang cukup lengkap serta lokasi yang luas dan terlihat dari jalan raya. Dengan demikian memungkinkan setiap orang yang lewat untuk memperhatikan keberadaan pesantren.

Kedua, menurut Huddleston lembaga dapat bekerja sama dengan media dengan mengundang media ke pesantren. Sebagai upaya dalam mewujudkan berbagai program yang sudah disusun dalam program kerja, maka pesantren menggunakan media dalam pelaksanaannya, baik ketika promosi maupun saat sosialisasi.

Sebagaimana pendapat dari Huddleston diatas bahwa salah satu cara mengembangkan citra adalah kerjasama dengan media. Hal ini telah

dilakukan oleh pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 karena telah sering mengundang berbagai media untuk meliput kegiatan-kegiatan pesantren. Kemudian diikuti dengan strategi-strategi yang lain sebagai upaya meningkatkan citra lembaga.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa pelaksanaan program humas di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 telah menggunakan media, baik media cetak, media elektronik, media online dan media-media yang lain. Penggunaan media ini cukup efektif untuk memperkenalkan lembaga kepada masyarakat luas, baik untuk promosi pesantren maupun untuk mengekspos keunggulan-keunggulan pesantren dalam rangka mengembangkan citra lembaga pendidikan.

Sebagai upaya dalam memaksimalkan program humas, pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pengajian Ahad Legi
- b. Pasar Waqiah
- c. Istighotsah Zaadil Ma'ad
- d. Menciptakan *Brand Image* Pesantren
- e. Menggunakan Media (cetak, elektronik dan online)
- f. Unit Usaha Pondok Pesantren (SPBU, Swalayan dan tani)
- g. Ikatan Santri Alumni An Nur (IKSAN)

Berbeda dengan yang diterapkan di pondok modern Al-Rifa'ie 2, dalam upaya memaksimalkan program humas, strategi yang digunakan adalah:

- a. Memberikan fasilitas terbaik dan program unggulan
- b. Memberi pelayanan terbaik
- c. Jamaah Istighotsah Mingguan
- d. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)
- e. Al-Rifa'ie Islamic Tour
- f. Baitul Maal wat Tamwil (BMT)
- g. Memanfaatkan Media (cetak, elektronik dan online)

Dari strategi-strategi yang digunakan oleh kedua lembaga terlihat adanya perbedaan, dimana pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo lebih cenderung menggunakan kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan dalam program humasnya. Sedangkan pondok modern Al-Rifa'ie 2 lebih banyak menggunakan pada kegiatan pendidikan dan muamalah dalam pelaksanaan program humasnya.

Selanjutnya, Huddleston menyatakan bahwa sebagai upaya dalam mengembangkan citra lembaga dapat dilakukan dengan mengadakan peringatan-peringatan hari besar keagamaan dengan mengundang masyarakat sekitar atau wali santri. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh kedua pesantren yang telah mengagendakan beberapa kegiatan yang mengundang masyarakat, orang tua santri serta alumni untuk datang ke pesantren.

Strategi yang telah dilaksanakan di atas merupakan bagian penting keberhasilan program humas yang dirancang oleh pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo maupun pondok modern Al-Rifa'ie 2. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pelaksanaan program humas pada kedua pesantren tersebut telah berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

C. Kendala program humas dalam mengembangkan citra di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Dalam setiap pelaksanaan program pendidikan ataupun program humas tentunya tidak semua berjalan dengan mulus. Untuk mengetahui pelaksanaan program tersebut berjalan baik atau mengalami kendala tentu dibutuhkan satu tahapan, yakni evaluasi. Evaluasi adalah sebagai alat pengukuran kegiatan yang dilaksanakan apakah berhasil atau tidak, dikatakan berhasilnya suatu kegiatan adalah kegiatan tersebut dapat mencapai tujuan dan sasaran yang telah direncanakan sebelumnya. Kegiatan evaluasi ini sebagai refleksi diri untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi agar menjadi lebih baik ke depannya serta menjadi rekomendasi untuk melakukan kegiatan selanjutnya.

Adapun kendala dalam pelaksanaan program humas di pondok pesantren Annur 2 Al-Murtadlo adalah:

1. Keterbatasan tenaga pengajar karena banyaknya santri serta adanya beberapa program baru
2. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pendidikan sehingga partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pondok masih rendah.

Sedangkan kendala dalam pelaksanaan program humas di pondok modern Al-Rifa'ie 2 adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya partisipasi dari para guru-guru yang masih muda dalam kegiatan humas yang bernuansa keagamaan
2. Perkembangan pondok yang sangat pesat sehingga berdampak pada kurangnya sumber daya manusia dan sumber dana

Persoalan yang terjadi pada kedua lembaga tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu kendala dari faktor internal yakni terkait masalah kekurangan sumber daya manusia dan faktor eksternal yang terkait dengan partisipasi masyarakat. Kendala-kendala tersebut terjadi karena kurang maksimalnya faktor pendukung dalam pelaksanaan humas.

Problem yang berkaitan dengan masalah ketenagaan atau sumber daya manusia sebagaimana gagasan Syafaruddin dalam jurnal Elfridawati¹³⁶, beliau menyebutkan bahwa pemberdayaan pegawai adalah hal yang sangat penting dalam perbaikan mutu. Oleh karena itu perlu ada pembagian tanggung jawab bagi semua pegawai, para pendidik dan pegawai dapat diberdayakan sepenuhnya dalam rangka pencapaian kinerja pesantren. Merekrut beberapa orang yang berkompeten dapat dilakukan pesantren sebagai salah satu dari peningkatan kualitas pesantren yang menunjang pembaharuan proses pengajaran dan manajerial. Dengan demikian pendapat tersebut dapat dijadikan referensi oleh kedua lembaga dalam mewujudkan program-program selanjutnya agar lebih baik lagi.

¹³⁶Elfridawati Mai Duhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon," *al-Iltizam*, 1 (Juni 2016), hlm. 52.

Sedangkan problem yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat Slameto dan Kriswandani dalam Abdul Rahmat¹³⁷ menyebutkan, secara garis besar ada tiga hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan humas dalam pendidikan, yaitu:

1. Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan untuk meningkatkan taraf hidup, kesejahteraan dan martabatnya. Dengan kesadaran seperti ini masyarakat akan mempunyai pandangan bahwa penyelenggaraan pendidikan adalah semata-mata untuk mereka. Tugas pesantren adalah memberikan pencerahan dan penyadaran di tengah-tengah masyarakat bahwa pendidikan sangatlah penting artinya untuk peningkatan taraf dan martabat hidup mereka.
2. Responsibility pesantren. Penyelenggara pendidikan (pihak pesantren) mempunyai semangat dan kemauan untuk memberikan ruang-ruang atau kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi. Dengan memberikan kesempatan atau bahkan dorongan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi mempunyai dampak terhadap kesadaran akan pentingnya pendidikan dan akan pentingnya masyarakat berpartisipasi terhadap penyelenggaraan pendidikan.
3. Regulasi. Hal ini sangat penting untuk mendorong semua pihak agar mempunyai kemauan untuk ikut ambil bagian dalam pendidikan.

¹³⁷ Abdul Rahmat. *Manajemen Humas Sekolah*. (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hlm. 153.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan fokus penelitian, paparan data dan temuan penelitian, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, proses perencanaan program hubungan masyarakat dalam mengembangkan citra pesantren, meliputi: 1) Penyusunan program humas berdasar pada visi misi pondok pesantren, 2) Penyusunan program humas dilaksanakan oleh pengasuh, jajaran direktur, majelis keluarga dan tim humas, 3) Penyusunan program baru berpijak pada program lama dan hasil evaluasi, 4) Penyusunan program humas memperhatikan kebutuhan masyarakat.

Kedua, implementasi program hubungan masyarakat dalam mengembangkan citra pesantren, meliputi: 1) Menciptakan *Brand Image* Pesantren, 2) Menggunakan Media (cetak, elektronik dan online), 3) Memberikan fasilitas terbaik dan program unggulan, 4) Memberi pelayanan terbaik, 5) Pengajian Ahad Legi, 6) Istighotsah, 7) Unit Usaha Pondok Pesantren, 8) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), 9) Baitul Maal wat Tamwil (BMT), 10) Ikatan Alumni.

Ketiga, kendala program hubungan masyarakat dalam mengembangkan citra pesantren, meliputi: 1) Kurangnya partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pondok pesantren, 2) Rasio antara tenaga pengajar dan santri kurang proporsional karena kuantitas santri yang membludak dan adanya beberapa program baru, 3) Kurangnya partisipasi dari para guru dalam kegiatan humas,

4) perkembangan pondok yang sangat pesat sehingga berdampak pada semakin bertambahnya kebutuhan sumber dana dan tenaga pendidik.

B. Saran

Dari temuan penelitian ini, ada beberapa rekomendasi yang ditujukan sebagaimana berikut:

1. Untuk mewujudkan lembaga yang bermutu maka hendaknya setiap lembaga pendidikan dapat meningkatkan kualitas sarana dan SDM sehingga akan berdampak pada peningkatan pelayanan terhadap pelanggan.
2. Pimpinan lembaga diharapkan terus mengembangkan citra pesantren dihadapan masyarakat, dengan terus meningkatkan kualitas citra secara keseluruhan.
3. Untuk para peneliti agar melakukan penelitian lebih lanjut yang mampu mengungkap lebih dalam tentang peran humas dalam mengembangkan citra lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, *Mushaf Al Qur'an Terjemah*, Jakarta: Al Huda.
- Anggoro, Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azra, Azyumardi. 1985. "Surau di Tengah Krisis: Pesantren dan Perspektif Masyarakat", dalam Dawam Rahardjo (ed.), *Pergulatan Dunia Pesantren: Membangun dari Bawah*, Jakarta: LP3ES.
- Azra, Azumardi. 2010. *Sejarah Pendidikan di Indonesia*. Hand out lepas Kuliah Tamu. Universitas Islam Negeri Malang.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Publik Relation Teori dan Praktek*. diterjemahkan Nurul Hasfi. Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danim, Sudarwan. 2006. *Visi Baru Manajemen Sekolah: Dari Unit Birokrasi ke Lembaga Akademik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Efendi, Onong U. 1993. *Human Relation dan Public Reletion*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendi, Onong U. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hidayat, Dani. 2008. *Bulughul Maram versi 2.0* . Pustaka Al-Hidayah.
- Huddleston, Jr., Thomas. 1976. *Marketing The Applicant Questionnaire College and University*. New Jersey: Inc.Publ,
- Kriyanto, Rachmat. 2008. *Public Relation Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Corporate*. Jakarta: Kencana.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Levitt. 1983. *The marketing Imagination*. London: The free press.
- Morissan, 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press.

- Payne, Adrian. 1993. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto, M. Ngalim. 2004. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Putra, I gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Penbit UAJ.
- Rachmadi, F. 1996. *Publik Relation dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, Betty Wahyu Nilla. 2012. *Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayogo, Imam. 2007. *Quo Vadis Madrasah: Pengajaran Iman Menuju Madrasah Impian*. Editor Rasmianto. Yogyakarta Hikayat.
- Suryadi. 2009. *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tilaar, H.A.R. 2002. *Pendidikan Kebudayaan dan Masyarakat Madai Indonesia; Strategi Reformasi Pendidikan Nasional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yasmin, Ummu. 2005. *Materi Tarbiyah Paduan Kurikulum Da'I dan Murabbi*. Solo: Media Insani Press.
- Yulianita. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas.
- Agyapong, Kingsley, et.al. *Educational Public Relations Functions In Private Tertiary Untversities In Ghana*. Interdisciplinary Jomnal Of Contemporary Research In Business. Vol 4, No. 11. 2013.

Chotimah, Chusnul. “Strategi Public Relation Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga pendidikan Islam,” . *Islamica*. Vol 1. 2012.

Dean Kruckeberg, *The Future of PR Education: Some Recommendations*, *Jomnal Public Relations Review*, Vol. 24, No. 2

Dolphin, Richard R. “Corporate Reputation – a value creating strategy”. *Corporate Governance* Vol. 4 No. 3 .2004.

Ghosbal, Sumantra. *Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices* *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 4, No. 1. 2005.

Gilaninia, Shahram, et.al. *The Impact of Public Relations Performances on Mark.et Share ofFirms: Case Study: Power Battery Manufacturing In Isfahan*. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. Vol .S, No.S. 2013.

Ahmad Muflih. Profil Pondok Modern al-Rifa’i. <http://www.pmalrifaie2.com/selayang-pandang/>, diakses pada tanggal 28-8-2017 pukul 11.00 Wib.

Fathul Bari. 2017. Sejarah Ponpes An-Nur 2. <https://www.goaceh.co/berita/baca/2017/02/11/sejarah-ponpes-annur-2-malang-berawal-dari-9-santri-kini-mencapai-5500-orang/>, diakses pada tanggal 28/8/2017 pukul 09.30 Wib.

Mahmud Arif. Konsep Dasar Hubungan Masyarakat. <http://agungbae123.wordpress.com/2013/03/04/portofolio-mahmud-arif-tentang-humas/>. Diakses pada tanggal 25/8/2017 pukul 09.00 Wib.

Rofiul. Sekolah dan Marketing. <http://rofiul.blogdetik.com/2008/12/23/sekolah-dan-marketing/>. diakses pada tanggal 20/5/2017 pukul 10.30 wib.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : Un.03.PFs/HM.01.1/129/2017
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

23 Oktober 2017

Kepada

Yth. Pengasuh Pondok Pesantren An-Nur 2 Al-Murtadlo
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhammad Ma'ruf
NIM : 15711009
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.
Judul Tesis : Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra
Lembaga Pendidikan Islam
(Studi Multisitus di Pondok Pesantren An-Nur 2 dan Pondok
Modern Al-Rifa'ie 2)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Dr. H. Baharuddin, M.Pd
NIP. 195612311983031032



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : Un.03.PPs/HM.01.1/129/2017
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

23 Oktober 2017

Kepada
Yth. Pengasuh Pondok Modern Al-Rifa'ie 2
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhammad Ma'ruf
NIM : 15711009
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Ahmad Fatah Yasin, M.Ag.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.

Judul Tesis : Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra
Lembaga Pendidikan Islam
(Studi Multisitus di Pondok Pesantren An-Nur 2 dan Pondok
Modern Al-Rifa'ie 2)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Dr. H. Baharuddin, M.Pd.
NIP. 195612311983031032



المعهد الإسلامي النور الثاني المرتضى
Islamic Boarding School An-Nur II Al Murtadlo
**PONDOK PESANTREN AN-NUR II
AL MURTADLO**

Jl. Raya Bululawang NO.99 65171 Malang Jawa Timur Telp/Fax. 0341-833235 www.annur2.net
NSPP : 510035070184 NSMD : 221235070448

SURAT KETERANGAN

No: 0343/PP.AN.2/VI/2018

yang bartanda tangan di bawah ini :

Nama : KH. Dr. Fathul Bari, S.S, M.Ag
Jabatan : Pimpinan Ponpes Annur 2 Al-Murtadlo
Instansi : Ponpes Annur 2 Al-Murtadlo Malang Jawa Timur
No. KTP : 3507140305780005
Alamat Rumah : JL. Raya Diponegoro RT/RW 010/006

menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Muhammad Ma'ruf
NIM : 15711009
Judul : MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN CITRA PONDOK PESANTREN

Telah melakukan penelitian mulai 20 Desember 2017 sampai 27 Januari 2018, di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Bululawang Malang.

Demikian surat ini diberikan untuk dipergunakan semestinya.

Malang, 28 Mei 2018

Pimpinan Pondok Pesantren Annur 2

Al-Murtadlo

AN-NUR II

(Al Murtadlo)

KH. Dr. Fathul Bari, S.S, M.Ag



**YAYASAN PONDOK MODERN
"AL-RIFA'IE"**

AKTA NOTARIS NOMOR 03 Tanggal 13 September 2012
SK. Kemenkumham: AHU - 573.AH.01.04 Tahun 2014
Jl. Raya Ketawang No. 02 ☎ (0341) 876388
Gondanglegi - Malang 65174



SURAT KETERANGAN
NO : 007/SKT/PMA2/V/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : H. Mahmud, M.PdI
Jabatan : Direktur Pendidikan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2

Menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Ma'ruf
NIM : 15711009
Fakultas : Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Prodi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : JL. Imam Bonjol Desa Sukonolo Kec. Bululawang Malang

Yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan penelitian di Pondok Modern Al-Rifa'ie 2, untuk menyelesaikan Tesis dengan judul "**Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren** (Studi Multi Situs di Pondok Pesantren An-Nur 2 dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang)".

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Mei 2018

Direktur Pendidikan


H. MAHMUD, M.PdI

PEDOMAN DOKUMENTASI

BENTUK DOKUMEN	KETERANGAN	
	ADA	TIDAK ADA
Profil lembaga 1. Sejarah 2. Visi dan misi 3. Struktur pengurus		
Data kesantrian 1. Jumlah ruangan dan santri 2. Jumlah pendaftar dalam 3 tahun terakhir 3. Data alumni 4. Prestasi santri 5. Kegiatan ekstrakurikuler		
Data ketenagaan 1. Pengasuh 2. Waka bidang 3. Asatidz, guru dan karyawan 4. Program kerja humas		
Sarana prasarana 1. Denah lokasi dan bangunan pesantren 2. Gedung dang ruangan 3. Fasilitas penunjang 4. Sarana pembelajaran lainnya (masjid, perpustakaan, laboratorium, dll)		
Manajemen humas dalam mengembangkan citra lembaga 1. Proses perencanaan kegiatan humas 2. Implementasi kegiatan humas 3. Evaluasi kegiatan humas 4. Program-program kegiatan humas		
Kondisi lingkungan 1. Denah lokasi 2. Proses pembelajaran 3. Kegiatan-kegiatan		

PEDOMAN OBSERVASI

1. Kondisi lembaga
2. Kegiatan program-program humas dalam mengembangkan citra
3. Strategi dalam membangun citra
4. Keadaan siswa yang belajar
5. Keikutsertaan pengurus dan masyarakat dalam program humas



PEDOMAN WAWANCARA

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	DAFTAR PERTANYAAN
Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren	1. program pengembangan citra lembaga ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses perencanaan manajemen humas? 2. Apa saja program yang direncanakan? Adakah Program rutin maupun program insidental? 3. Kapan dan dimana pelaksanaan perencanaan program humas? 4. Apakah proses perencanaan program humas melibatkan pihak luar pesantren seperti masyarakat (orang tua), alumni atau lainnya?
	2. implementasi hubungan masyarakat ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi yang dilakukan agar humas dapat berjalan dengan baik dan efektif? 2. Bagaimana keterlibatan <i>team work</i>, pengurus pesantren kemudian guru dalam pelaksanaan program humas? 3. Bagaimana keterlibatan dan dukungan masyarakat (wali murid) dalam pelaksanaan program humas? 4. Media (web, brosur, bulletin, papan nama, siaran, pameran, dll) apa saja yang dimiliki dan digunakan sebagai penunjang oleh lembaga? 5. Adakah pihak eksternal yang bekerja sama dalam pelaksanaan program humas? 6. Seberapa berhasilkah program humas sejauh ini dalam mengembangkan citra lembaga?
	3. Hambatan dan solusi?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja kendala yang dihadapi dalam perencanaan program humas

		<p>dan bagaimana mengatasi kendala tersebut?</p> <p>2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan humas dan bagaimana solusinya?</p> <p>3. Bagaimana rencana kedepan dalam pengembangan manajemen humas guna meningkatkan citra lembaga?</p>
--	--	---



PEDOMAN WAWANCARA

a. pimpinan atau humas

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa saja program yang ada di pesantren? Adakah Program rutin maupun program insidental?	
2.	Kapan pelaksanaan program-program yang di agendakan oleh pesantren?	
3.	Apa tujuan diadakannya program tersebut?	
4.	Bagaimana antusiasme peserta didik dalam mengikuti program pesantren tersebut?	
5.	Bagaimana dampak program tersebut terhadap minat orangtua dan peningkatan citra pondok pesantren?	
6.	Bagaimana keterlibatan masyarakat/orang tua dalam pelaksanaan	

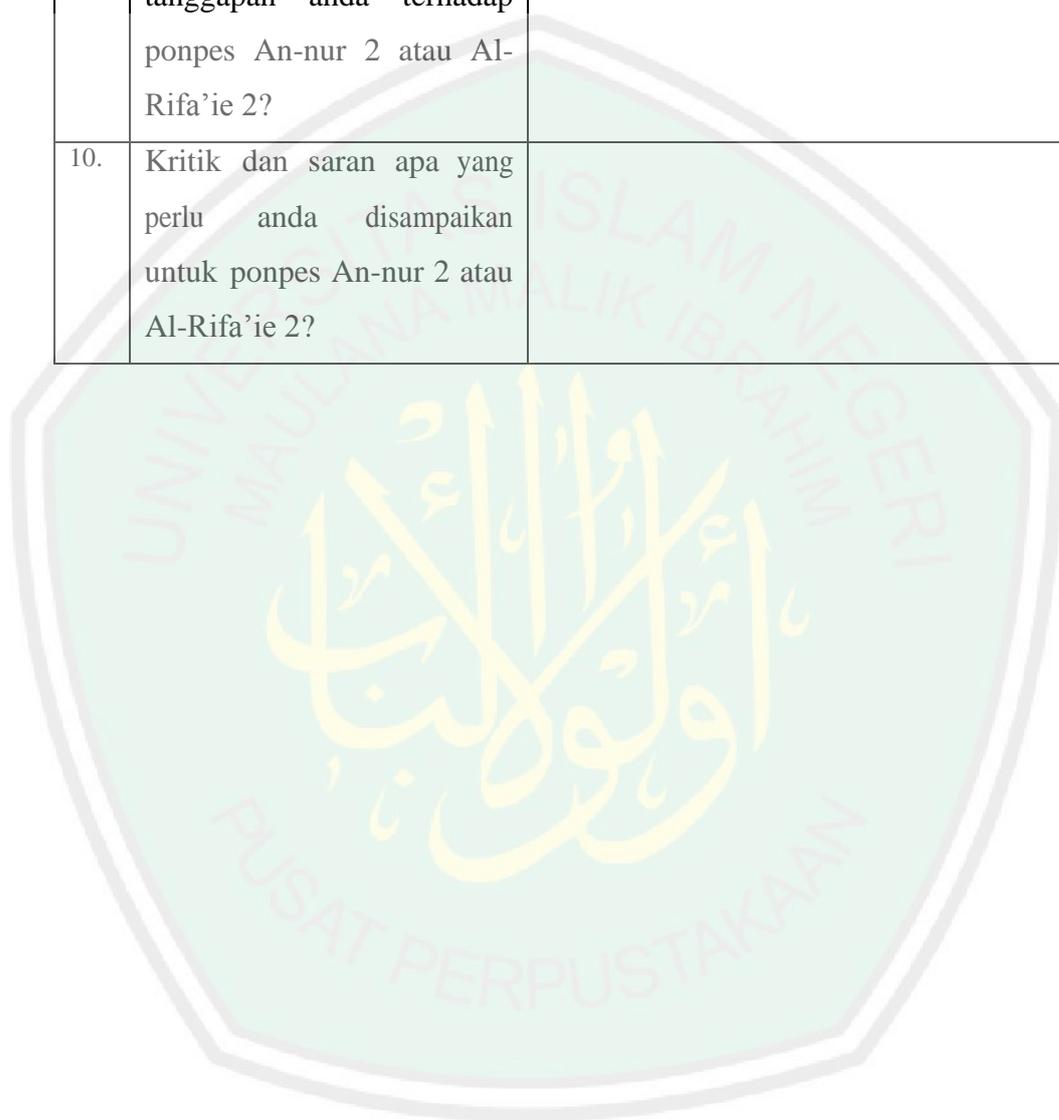
	program pesantren?	
7.	Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pesantren untuk menarik minat siswa dan orang tua agar mengikuti setiap program pesantren?	
8.	Seberapa berhasilkah program tersebut? Prestasi apa yang pernah raih?	
9.	Adakah kendala dalam pelaksanaan program tersebut? Bagaimana solusinya?	
10.	Bagaimana rencana ke depan untuk pengembangan program tersebut?	

PEDOMAN WAWANCARA

a. Siswa atau Alumni

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa saja program yang ada di pesantren? Adakah Program rutin maupun program insidental?	
2.	Kapan pelaksanaan program-program yang di agendakan oleh pesantren?	
3.	Bagaimana antusiasme peserta didik dalam mengikuti program pesantren tersebut?	
4.	Program apa yang anda ikuti? Dan yang paling banyak peminatnya?	
5.	Prestasi apa yang pernah anda raih? Dan yang ada ketahui, Prestasi apa yang telah diraih oleh pesantren?	
6.	Bagaimana tanggapan orang tua anda tentang anda belajar atau menjadi santri di ponpes An-nur 2 atau Al-Rifa'ie 2?	
7.	Bagaimana menurut anda tentang citra ponpes An-nur 2 atau Al-Rifa'ie 2?	

8.	Sebagai santri, bagaimana tanggapan anda terhadap ponpes An-nur 2 atau Al-Rifa'ie 2?	
V9.	Sebagai alumni, bagaimana tanggapan anda terhadap ponpes An-nur 2 atau Al-Rifa'ie 2?	
10.	Kritik dan saran apa yang perlu anda disampaikan untuk ponpes An-nur 2 atau Al-Rifa'ie 2?	



PONDOK PESANTREN AN NUR 2 AL-MURTADLO





PONDOK MODERN AL-RIFA'IE 2



GO ZAKAT !
Sap Temput Zakat Aado ...

PRODUK BAITUL MAAL

Berbagi Manfaat Sesama Umat

"Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui"

(Q.S. Al-Baqarah: 261)



1. ZAKAT MAAL

Zakat Maal adalah salah satu produk Baitul Maal Al-Rifa'ie yang memberikan layanan bagi umat Islam yang ingin menyalurkan zakat maal yang sudah mencapai nisbah dan didistribusikan kepada yang berhak menerimanya

2. PROGRAM DONATUR

Program donatur merupakan kerjasama antara baitul maal Al-Rifa'ie dengan aghniya' (orang-orang yang mampu). Dana dari para donatur secara tetap didistribusikan untuk para santri yang kurang mampu untuk membantu biaya pendidikan mereka dalam setiap bulannya, baik dengan cara ditransfer ataupun diserahkan secara langsung

3. INFAQ

Baitul maal Al-Rifa'ie menerima infaq dari masyarakat yang mencakup zakat dan bukan zakat, baik yang wajib ataupun yang sunnah. Adapun infaq yang wajib adalah zakat, kafarat, nadzar, dll. Dan infaq yang sunnah yaitu infaq kepada fakir miskin sesama muslim, infaq bencana alam, dan infaq kemanusiaan, dll.

4. SHODAQA

Baitul maal Al-Rifa'ie menerima shodaqah dari masyarakat yang didistribusikan untuk masyarakat fakir miskin, dan pihak-pihak yang berhak menerima shodaqah.

5. WAKAF PRODUKTIF

Wakaf menurut hukum Islam berarti menyerahkan suatu hak miliknya kepada seseorang atau radzir (penjaga wakaf) baik berupa perorangan maupun berupa badan pengelola dengan ketentuan bahwa hasil atau manfaatnya digunakan untuk keperluan ibadah atau kesejahteraan umum yang sesuai dengan syariat Islam. Adapun wakaf produktif adalah transformasi dari pengelolaan wakaf yang alami menjadi pengelolaan wakaf yang profesional, untuk meningkatkan atau menambah manfaat wakaf, baik digunakan selamanya ataupun dalam jangka waktu tertentu. Baitul Maal Al-Rifa'ie menerima wakaf produktif harta bergerak dan harta tak bergerak, dan juga wakaf harta bergerak berupa uang ataupun harta tak bergerak selain uang.

Penyetoran bisa berupa tunai maupun melalui
- BRI Syariah: 6940688995 - BRI: 200101000094304 - BCA: 3173339999
a.n YAYASAN PONDOK MODERN AL-RIFA'IE

Office : Pondok Modern Al-Rifa'ie 2
Jl. Jaya Ketawang No. 2 Ketawang Gondanglegi - Malang

 0341-872097

 081332485086

 bmtalrifaie@gmail.com

www.baitulmaalalrifaie.org

GO ZAKAT !
Sap Temput Zakat Aado ...

CONTACT PERSON :

H. AHMAD ROFIK, SE
081332485086

