

**STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA
PONDOK PESANTREN TEBUIRENG
JOMBANG JAWA TIMUR**

TESIS



Disusun Oleh:

Irfan Maulana (18710023)

**MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA
PONDOK PESANTREN TEBUIRENG
JOMBANG JAWA TIMUR**

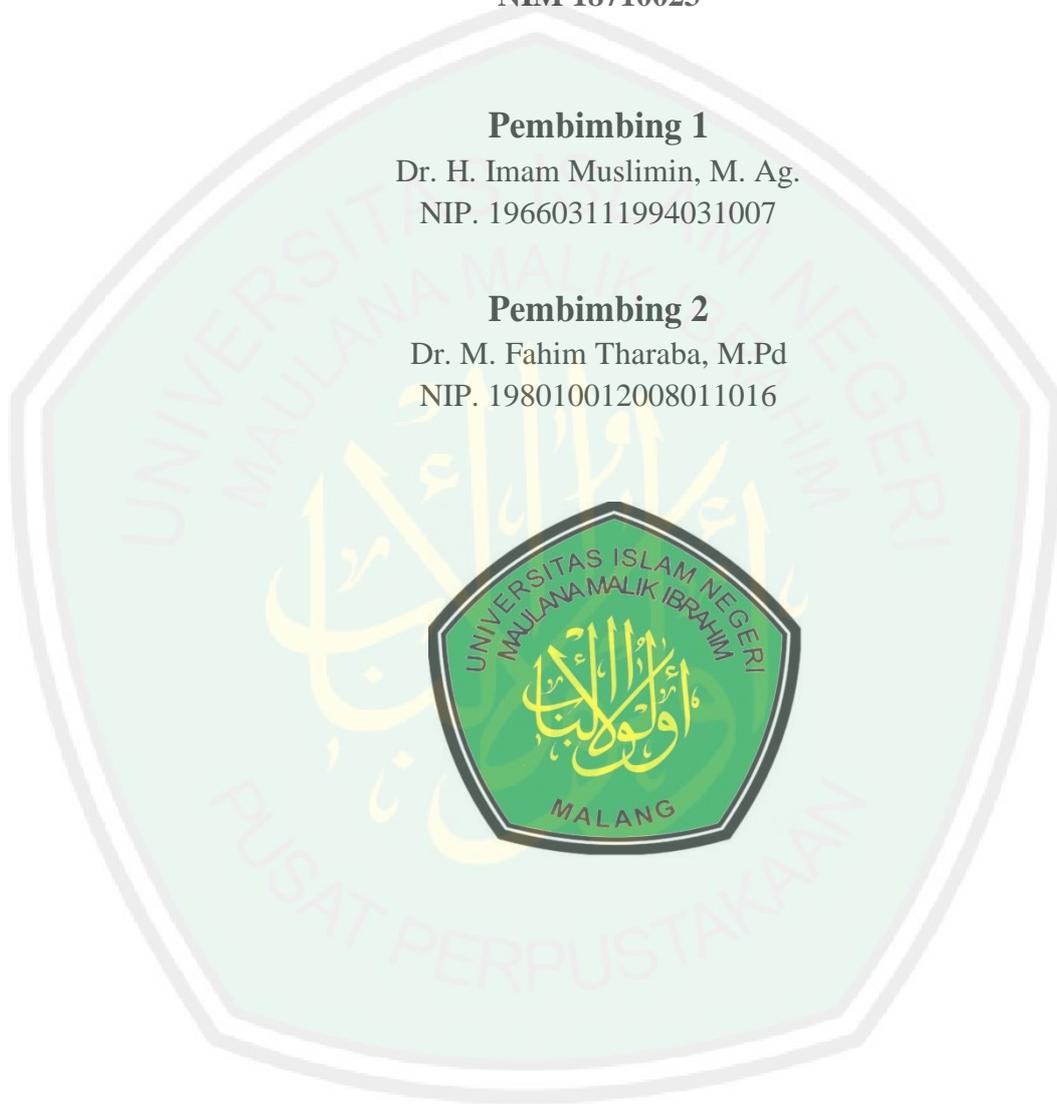
Disusun Oleh:
Irfan Maulana
NIM 18710023

Pembimbing 1

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

Pembimbing 2

Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd
NIP. 198010012008011016



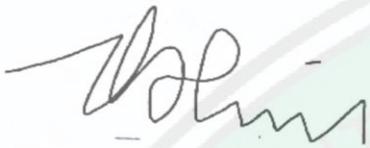
**MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUN

Tesis dengan judul "Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur" ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Malang,

Pembimbing I

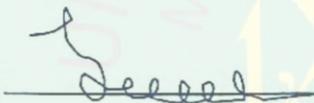


Dr. H. Imam Muslimin, M. Ag.

NIP. 196603111994031007

Malang,

Pembimbing II



Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd

NIP. 198010012008011016

Malang,

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen Pendidikan Islam



Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak.

NIP. 1969030332000031002

LEMBAR PENGESAHAN

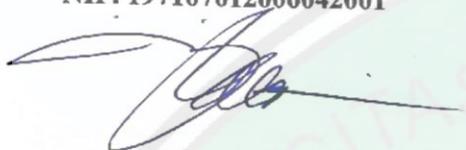
Tesis dengan judul “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng” ini telah diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 26 Juni 2020.

Dewan Penguji



Dr. Alfiana Yuli E., MA
NIP. 197107012006042001

Ketua Sidang



Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak
NIP. 1969030332000031002

Penguji Utama



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

Pembimbing I



Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd
NIP. 198010012008011016

Pembimbing II



Mengetahui
Direktur Pascasarjana
Prof. Dr. H. Iqbal Sumbulah, M.Ag
NIP. 19740261998032002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Irfan Maulana

Nim : 18710023

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Alamat : Jl. Marsekal Surya Dharma 002/004 Selapajang Jaya,
Neglasari, Tangerang

Judul Penelitian : Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok
Pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini, tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian ini 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 perundang-undangan yang berlaku.

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

Senin 8 juni 2020



Irfan Maulana

NIM 18710023

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan syukur dan segala puji bagi Allah AWT, yang telah memberikan rahmat dan dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.

Penulisan tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi dan do'a dari berbagai pihak, baik berupa materi maupun non materi, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang setingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag, selaku Direktur UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Imam Muslimin, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing (I) yang telah memberikan motivasi, arahan dan bimbingan selama penulisan tesis ini.
4. Bapak Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing (II) yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan saran selama penulisan tesis ini
5. Bapak Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.
6. Kepada keluarga besar Pondok Pesantren Tebuireng dan khususnya Bapak KH. Lukman Hakim, BA. selaku Direktur Pesantren Tebuireng. Bapak Ustadz Ali Subhan, M.Pd, selaku Penjamin Mutu Pesantren Tebuireng. Bapak Ust Iskandar, S.Pd, selaku Kepala Pondok Pesantren Tebuireng, dan seluruh pengurus Pesantren Tebuireng
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga tercipta kerangka berpikir dalam penulisan tesis ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
ABSTRAK	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Orisinalitas Penelitian.....	10
F. Definisi Istilah	15
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Humas.....	16
1. Pengertian Humas	16
2. Tugas Humas	19
3. Fungsi dan Tujuan Humas	20
4. Prinsip-prinsip dan Peran Humas	25
B. Citra	29
1. Pengertian Citra	29
2. Jenis-jenis Citra	31
3. Proses Pembentukan Citra.....	32
C. Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren	34
1. Perencanaan Humas	34
2. Pelaksanaan Humas	37
3. Hasil Humas	41

D. Humas Dalam Perspektif Islam	43
E. Kerangka Teori	49

BAB III | METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Kehadiran Peneliti	51
C. Lokasi dan Latar Penelitian	52
D. Data dan Sumber Data	52
E. Instrumen Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan Data	54
G. Teknik Analisis Data	56
H. Pengecekan Keabsahan Data	58

BAB IV | PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian	60
1. Profil Pondok Pesantren Tebuireng.....	60
2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Tebuireng.....	62
3. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Tebuireng.....	63
4. Unit-unit Pendidikan Formal Pondok Pesantren Tebuireng	63
B. Paparan Data	64
1. Perencanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng	64
2. Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng.....	75
3. Hasil Citra Pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng.....	79
C. Temuan Penelitian.....	95
1. Perencanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng	95
2. Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng.....	96
3. Hasil Citra Pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng.....	97

BAB V | PEMBAHASAN

A. Perencanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng	98
B. Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng	104
C. Hasil Citra Pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng	111

BAB VI | PENUTUP

A. Kesimpulan.....	119
B. Saran.....	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



MOTTO

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
وَسُرُّدُونَ إِلَىٰ عَلِيمٍ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”(QS: At-Taubah).



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan nikmat-Nya kepadaku. Dengan penuh kebahagiaan, karya tulis ini persembahkan untuk:

Ayah dan Ibuku H. Murdini dan Hj. Suherna yang saya cintai dan sayangi
Semua jasa, tenaga, harta, cinta dan doa yang telah engkau berikan kepadaku
Tak pernah lelah mengorbankan segenap jiwa raga untuk memberikan yang terbaik untukku

Yang tak pernah henti membimbingku ke jalan yang di ridhoi Allah SWT. Ku persembahkan karya tulis ini sebagai jawaban atas kepercayaan yang telah kalian berikan kepadaku dan sebagai perwujudan baktiku.

Istriku tercinta Safriani Aisyah yang telah sabar dan ikhlas mendampingi dan mendukung segala aktivitasku.

Adik ku Irham Maulana yang selalu memberikan dukungan kepadaku.
Kepada guru-guruku KH. Ahmad Suja'i, Ust. Abdullah, Ust. Bukhori, Ust. Ali Sa'id, Romo KH. Abdul Hannan Ma'shum, KH. Ahmad Awzai, Abah KH. M. Ibrohim yang selalu mendoakanku dan telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran kepadaku.

Bapak Dr. H. Imam Muslimin, M. Ag. dan Bapak Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd. dengan sabar membimbing saya hingga mampu menyelesaikan karya tulis ini.
Terima kasih kepada Keluarga Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, terkhusus kepada KH. Lukman Hakim dan Ust. Iskandar yang telah memberikan masukan dan arahan kepadaku selama tesis ini selesai.

Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan banyak ilmu kepadaku.

Dan teman-teman MMPI kelas A sebagai keluarga baru di Malang yang selalu mendukung hingga tercapainya target yang diharapkan.

ABSTRAK

Maulana, Irfan. 2020. *Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur*. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, (I) Dr. H. Imam Muslimin, M. Ag. (II) Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Humas, Membangun Citra

Citra adalah aset penting lembaga pendidikan meliputi reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Oleh karena itu citra lembaga harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik internal maupun eksternal. Citra merupakan gambaran diri baik personal, organisasi maupun lembaga pendidikan, yang dibentuk dengan sengaja untuk menunjukkan ciri khas sehingga akan muncul persepsi baik bagi masyarakat yang memandang sebuah lembaga pendidikan. Tugas lembaga pendidikan dalam membangun citra yaitu dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk dimata publik atau masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Adapun tujuan penelitian ini memfokuskan pada 3 hal yaitu : (1) Bagaimana perencanaan Humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, (2) Bagaimana pelaksanaan manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, (3) Bagaimana Hasil strategi Manajemen Humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Yang dilakukan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Teknik pengumpulan data Menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan uji kredibilitas; Meningkatkan ketekunan, Trianggulasi, dan *Member chec*. Infoman penelitian adalah direktur pesantren, bidang penjamin mutu, kepala pondok pesantren dan para pengajar pondok pesantren.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1). Perencanaan humas pondok pesantren tebuireng . Perencanaan humas yang dilakukan bermula pada proses penetapan tujuan pesantren. Penetapan tujuan merupakan pernyataan yang dilakukan dengan usaha untuk menciptakan sebuah nilai-nilai tertentu melalui kegiatan yang akan dilaksanakan oleh organisasi pada suatu lembaga. program kerja humas, yakni: a. uraian atau jenis kegiatan, b. sasaran, c. indikator keberhasilan, d. sumber dana, e. waktu, f. pelaksana. (2). Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren. Pelaksanaan kegiatan program humas di pondok pesantren tebuireng jombang tidak lepas dari perencanaan yang telah dibuat Dalam penerapan sebuah citra pondok pesantren tebuireng yakni melaksanakan publikasi karya pondok pesantren. Kegiatan publikasi karya tersebut mencakup banyak kegiatan yaitu Majelis Amni, Majelis Ilmi, Tahfidzul Qur'an, Madrasah Diniyah, Ekstrakurikuler, Pendalaman Bahasa Asing, Seminar Motivasi, Haflah AkhIRRussanah, Peringatan hari besar Islam. (3). Hasil Citra Pesantren bagi Pesantren. Dari citra yang di harapkan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang hingga strategi-strategi manajemen yang diterapkan humas dalam meraih citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang berhasil positif bagi perkembangan pesantren. hasil citra pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang adalah peningkatan jumlah santri, memiliki daya saing dan meningkatkan efektivitas strategi humas.

ABSTRACT

Maulana, Irfan. 2020. *Public Relations Management Strategy to Building the Image of the Tebuireng Islamic Boarding School Jombang, East Java*. Thesis, Study Programme Islamic Education Management of Islamic Education Postgraduate of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, (I) Dr. H. Imam Muslimin, M. Ag. (II) Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd.

Keywords : Public Relations Management Strategy, Building the Image

The Image is an important asset of educational institutions including the reputation and achievements to be achieved. Therefore the image of the institution must be kept well in the eyes of the public both internal and external. The image is a personal picture of both personal, organizational and educational institutions, which were formed intentionally to show characteristics so that good perceptions will arise for people who view an educational institution. The task of educational institutions in building images is to identify what kind of image they want to be formed in the eyes of the public or the public.

This study aims to reveal the Management Strategy to Building the Image of the Tebuireng Islamic Boarding School Jombang. The purpose of this study focuses on 3 things, namely: (1) How public relations planning to building the image of Tebuireng Islamic Boarding School in Jombang, (2) How the implementation of public relations management to building the image of the Tebuireng Islamic Boarding School in Jombang, (3) How the result of the Public Relations Management strategy to building the image of the Tebuireng Islamic Boarding School Jombang.

This study uses a qualitative approach conducted at the Tebuireng Islamic Boarding School in Jombang. Data collection techniques Using interviews, observation, and documentation. The data analysis technique is done by collecting data, reducing data, presenting data and conclusions or verification. Checking the validity of the data is done with a credibility test; Increasing perseverance, triangulation, and member checking. Research information is the director of the pesantren, the field of quality assurance, the head of the boarding school and the instructors of the boarding school.

The results of this study indicate that: (1). Public relations planning of Tebuireng Islamic boarding school Public relations planning that began in the process of setting the objectives of the pesantren. Goal setting is a statement made with an effort to create certain values through activities that will be carried out by the organization in an institution. Public relations work program, namely: a.) Description or type of activity, b.) Object, c.) Indicator of success, d.) Source of funds, e.) Time, f.) Executor.(2). Implementation of Islamic Boarding School Public Relations. The implementation of public relations activities in the tebuireng pesantren boarding school in Jombang cannot be separated from the planning that has been made. In the application of an image of the tebuireng boarding school that is carrying out the publications of boarding school works. The publication activity of the work includes many of its activities, The Amni Assembly, The Ilmi Assembly, Tahfidzul Qur'an, Madrasa Diniyya, Extracurricular, Deepening of Foreign Language, Motivational Seminar, Haflah Akhirrussanah, and Commemoration of Islamic holidays. (3). The results of Pesantren's Image for Pesantren. From the expected image of the Tebuireng Islamic Boarding School in Jombang to the management strategies applied by the public relations in achieving the image of the Tebuireng Islamic Boarding School in Jombang, it has positive results for the development of the pesantren. The results of the pesantren's image for the Tebuireng Jombang Islamic Boarding School is to increase the number of students, have competitiveness and increase the effectiveness of public relations strategies.

الملخص

مولانا ، عرفان. 2020. استراتيجية إدارة العلاقات العامة في بناء صورة معهد تيبو إرينج جومبانج، جارى الشرقية. الأطروحة الدراسية لبرنامج إدارة التربية الإسلامية خريج جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج. إشراف : 1. الدكتور الحج إمام مسلمين الماجستير 2. الدكتور محمد فاهم طرب الماجستير.

الكلمات الأساسية : استراتيجية إدارة العلاقات العامة، بناء صورة

الصورة هي أحد الأصول المهمة للمؤسسات التعليمية بما في ذلك السمعة والإنجازات التي يتعين تحقيقها. لذلك يجب الحفاظ على صورة المؤسسة بشكل جيد في أعين الجمهور داخليًا وخارجيًا. الصورة هي صورة شخصية لكل من المؤسسات الشخصية والتنظيمية والتعليمية ، والتي تم تشكيلها عن قصد لإظهار الخصائص بحيث تظهر تصورات جيدة للأشخاص الذين ينظرون إلى مؤسسة تعليمية. تتمثل مهمة المؤسسات التعليمية في بناء الصور في تحديد الصورة على النحو الذي تريد تكوينه في أعين الجمهور أو المجتمع.

تهدف هذا البحث إلى الكشف عن استراتيجية إدارة العلاقات العامة في بناء صورة معهد تيبو إرينج جومبانج. الغرض من هذه البحث يركز على 3 أشياء وهي: (1) كيف تخطيط العلاقات العامة في بناء صورة معهد تيبو إرينج جومبانج، (2) كيف تنفيذ إدارة العلاقات العامة في بناء صورة معهد تيبو إرينج جومبانج، (3) كيف تتضمن استراتيجية إدارة العلاقات العامة في بناء صورة معهد تيبو إرينج جومبانج.

ومدخل هذا البحث هو المدخل الكيفي في معهد تيبو إرينج جومبانج. تقنيات جمع البيانات باستخدام المقابلات والملاحظات والتوثيق. أما تقنية تحليل البيانات عن طريق جمع البيانات ، وخفض البيانات ، وعرض البيانات والاستنتاج أو التحقق. التحقق من صحة البيانات يتم عن طريق اختبار المصادقية ؛ زيادة المثابرة والتثليث وفحص الأعضاء. إنفومانوم البحوث هو مدير معهد، قسم ضمان الجودة ، رئيس معهد ومعلمو معهد.

أما نتائج البحث فيمكن أن نتخلص فيما يأتي : (1) تخطيط العلاقات العامة معهد تيبو إرينج جومبانج. تخطيط العلاقات العامة الذي بدأ في عملية تحديد أهداف معهد. تعيين الهدف هو بيان أدلى به بهدف خلق قيم معينة من خلال الأنشطة التي ستقوم بها المؤسسة في المؤسسة. برنامج العلاقات العامة: ا. وصف أو نوع النشاط، ب. الهدف ، ج. مؤشر النجاح ، د. مصدر الأموال ، ه. الوقت ، و. المنفذ. (2) تنفيذ العلاقات العامة بمعهد. لا يمكن فصل تنفيذ أنشطة العلاقات العامة في معهد تيبو إرينج جومبانج عن الخطط الموضوعية. يتضمن نشاط نشر العمل العديد من الأنشطة يعني مجلس أمني ، مجلس العلوم ، تحفيظ القرآن ، المدرسة الدينية ، اللامنهجية ، تعميق اللغة الأجنبية ، ندوة الدافع ، حفلة أواخر السنة ، إحياء الأعياد الإسلامية. (3) نتائج صورة المعهد على المعهد. من الصورة المتوقعة لمعهد تيبو إرينج جومبانج إلى استراتيجيات الإدارة التي تطبقها العلاقات العامة في تحقيق صورة معهد تيبو إرينج جومبانج ، فإن لها نتائج إيجابية على تطوير معهد. النتائج المترتبة على صورة معهد تيبو إرينج جومبانج هي زيادة في عدد الطلاب ، ولديهم القدرة التنافسية وزيادة فعالية استراتيجيات العلاقات العامة

BAB I

PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian

Citra adalah aset terpenting bagi lembaga yang mampu mendorong masyarakat untuk memberikan kontribusi dan apresiasi yang mampu membangun komunikasi baik antara masyarakat dengan lembaga. Oleh karena itu, citra termasuk ke dalam bagian penting lembaga yang harus dijaga sehingga mampu mempertahankan nama baik lembaga di masyarakat.

Citra adalah suatu gambaran dari personal atau individu, organisasi ataupun lembaga yang dengan sengaja dibentuk untuk mendapatkan tujuan serta memunculkan persepsi baik pada masyarakat sehingga mampu menghasilkan ciri khas dalam sebuah lembaga. Ciri khas dalam sebuah lembaga adalah salah satu nilai penting yang akan memberikan pembeda antara lembaga satu dengan lembaga lain. Maka, tugas sebagai organisasi atau lembaga dalam membangun dan mengembangkan citra yaitu dengan usaha mengidentifikasi mengenai nama atau citra yang akan dibangun.

Menurut Khoiruddin Muchtar dan Dedi Herdiana menjelaskan bahwa citra atau nama akan menjadi nilai jual yang penting kepada masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler bahwa citra merupakan sebuah gagasan ide, keyakinan dan pesan kesan yang dimiliki oleh individu kepada suatu objek. Segala bentuk keyakinan terhadap objek dapat dimiliki individu jika terjadi sebuah pengiriman pesan atau stimulus yang tepat.¹ Oleh karena itu, cara atau teknik harus diperhatikan dalam proses penyampaian pesan secara

¹ Khoiruddin Muchtar dan Dedi Herdiana, *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah: Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung)* Volume 15, Nomor 2, Desember 2016, 319

tepat dan efektif sehingga mampu menimbulkan citra positif di masyarakat.

Dudun Ubaedullah mendefinisikan bahwasannya citra adalah seperangkat pandangan dan kepercayaan. Agar mampu mengetahui makna dari citra, yaitu melalui bagaimana cara citra itu diciptakan.² Citra pesantren dapat terbentuk dari identitas, karakteristik, atau ciri khas yang dimiliki pesantren baik dalam bentuk fisik seperti bangunan masjid, asrama, sekolah maupun non fisik seperti kurikulum, tradisi pesantren, atau karismatik sang kiai. Kesan yang dimiliki seseorang berdasarkan ciri, karakteristik, atau identitas yang dimiliki pesantren tersebut pada dasarnya merupakan sebuah pengetahuan individu yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam memilih pesantren.

Pendapat di atas diperkuat oleh Tia Ayu ningrum, citra adalah suatu bentuk yang sesuai dengan harapan dan keinginan lembaga atau organisasi tertentu.³ Citra atau nama baik yang di inginkan akan cenderung pada proses yang baik dan mengarah pada capaian dan kesesuaian dengan publik, sehingga mampu menambah daya tarik masyarakat dalam merespon.

Peran serta humas begitu penting bagi perkembangan suatu organisasi atau lembaga sebagai daya penghubung komunikasi antara pihak organisasi atau lembaga dengan masyarakat. Menurut Harsono yang terdapat dalam buku Rachmadi dengan judul “*Public Relation*”, humas atau *Public Relation* merupakan pihak yang mampu merumuskan organisasi atau struktur dan

² Dudun Ubaedullah, *Jurnal Strategi Membangun Citra Pesantren* (Dosen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Dpk STAIN Darunnajah Jakarta, 3 ([https://www.academia.edu/36105414/Strategi Membangun Citra Pesantren](https://www.academia.edu/36105414/Strategi_Membangun_Citra_Pesantren)) diakses pada tanggal 30 Januari 2020

³ Tia Ayu Ningrum, *Jurnal Bahana Manajemen pendidikan, Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Positif Persatuan Guru Agama Islam (PGAI Univeristas Negeri Padang)*, Vol. 8, No.3, 2018, 11

komunikasi dalam semua kegiatan yang diadakan oleh organisasi atau lembaga dengan tujuan menciptakan hubungan saling pemahaman yang baik antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat.⁴ *Public relation* dapat dipandang sebagai alat penghubung jaringan komunikasi organisasi atau lembaga yang bersangkutan dengan masyarakat atau publik yang dianggap mampu membawa arah perkembangan serta kemajuan yang baik.

Frank Jefkins menjelaskan dalam buku Morissan “*Manajemen Public Relations*” Humas merupakan sesuatu yang mampu mengatur jalannya komunikasi serta menciptakan arus komunikasi yang terencana antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat dengan tujuan mencapai jalinan komunikasi berlandaskan pada saling pengertian.⁵ Menurutnya, inti dari humas ialah kegiatan yang senantiasa berhubungan dengan penciptaan komunikasi-komunikasi serta pemahaman antara pihak internal dengan eksternal guna mampu memunculkan suatu dampak yang membawa pada perubahan yang progresif.

Tujuan humas yaitu mampu meningkatkan daya komunikasi antara pondok pesantren dengan masyarakat atau wali santri dalam memahami dan menganalisis sebuah kondisi baik di lingkungan keluarga, sekolah ataupun pesantren.⁶ Humas dianggap mampu meningkatkan pemahaman-pemahaman masyarakat mengenai tujuan-tujuan serta sasaran jelas yang ingin diwujudkan oleh pesantren dan juga mampu meningkatkan pemahaman pesantren mengenai keadaan serta aspirasi masyarakat terhadap lingkungan pesantren.

Dalam mewujudkan citra lembaga yang positif, perlu adanya peran andil

⁴ Rahmadi. *Public Relation cet I*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1992), 14

⁵ Morissan. *Manajemen Public Relations*. (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2008), 8

⁶ Wahjosumidjo. *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 334

humas dalam pengelolaan citra pondok pesantren di perlukan. Untuk menghasilkan sebuah citra yang baik, maka perlu adanya pola dan strategi manajemen humas yang baik bagi pondok pesantren. Dalam hal ini, humas dianggap mampu mengomunikasikan kegiatan-kegiatan dan keunggulan pondok pesantren tebuireng kepada masyarakat atau publik.

Melihat realita di lapangan yakni pondok pesantren Tebuireng Jombang, dalam membangun citra lembaga pondok pesantren perlu adanya pola pengelolaan yang terstruktur dengan baik melalui komunikasi atau hubungan dengan masyarakat sebagaimana citra lembaga tersebut merupakan identitas atau ciri khas dari lembaga tersebut.

Citra yang dibangun oleh pondok pesantren Tebuireng Jombang berimplikasi terhadap banyaknya respon dari masyarakat untuk menitipkan santri dan santriwati kepada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, karena dengan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yang baik dan bisa memberikan kepuasan terhadap masyarakat. Melalui Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, para Kyai mewariskan ajaran berharga kepada para santrinya untuk di amalkan dan dibiasakan yaitu dengan menekankan pada lima nilai dasar oleh Dr. Ir. KH. Salahuddin Wahid yang dilakukan ketika beliau menjadi menjabat sebagai pengasuh Pesantren Tebuiren yaitu: “*Ikhlas, kerja keras, jujur, tanggung jawab, tasamuh*”.⁷

Proses penanaman lima nilai dasar Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dilaksanakan dan dibiasakan saat melakukan kegiatan aktivitas sehari-hari untuk membantu menyiapkan generasi masa depan santri yang

⁷ Lima dasar pesantren Tebuireng, <https://tebuireng.online/lima-nilai-dasar-pesantren-tebuireng/> (diakses jam 15 : 00 pada tanggal 29 januari 2020)

memiliki kepribadian dan karakter dan kepribadian yang kuat. Disamping penekanan pada pengaplikasian nilai, pihak pesantren juga turut memberikan contoh langsung kepada santri melalui para pengajar dan Kyai.

Realitas tersebut dikuatkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pengajar pondok pesantren tebuireng Ustadz Eki Resa Firiski M.H “*Pondok pesantren tebuireng memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik mulai sejak menjadi santri hingga menjadi alumni. Pondok Pesantren Tebuireng memberikan sebuah pelayanan yang baik dan maksimal diberikan kepada para santri. Hal ini, dilakukan guna menjaga loyalitas dan komitmen pondok pesantren ketika sudah mengabdikan di masyarakat memiliki lima dasar nilai tersebut yaitu: Ikhlas, kerja keras, jujur, tanggung jawab, tasamuh*”.⁸

Dari Penjelasan hasil wawancara yang telah dilakukan, menjelaskan bahwa pengasuh Pondok Pesantren Tebuireng, mudir, kepala pondok, ustadz dan ustadzah serta alumni dalam membangun citra pesantren bertujuan untuk menjadikan santri-santriwatinya mempunyai prinsip lima dasar nilai tersebut yaitu: Ikhlas, kerja keras, jujur, tanggung jawab, tasamuh. Para santri dan santriwati yang hidup di era milenial ini dibiasakan untuk ikhlas, kerja keras, jujur, tasamuh, dan tanggung jawab. Para santri harus siap mengabdikan kepada masyarakat Sehingga harapan pondok pesantren terhadap santri dan santriwati setelah lulus sudah siap untuk mensyiarkan agama Islam yang telah diajarkan oleh pondok pesantren.

Sesuai dengan situasi sosial yang terkait di lingkungan pondok pesantren, dengan memiliki sebuah jaringan komunikasi organisasi yang baik

⁸ Eki Resa Firiski, M.H, pengajar pondok pesantren tebuireng, (wawancara di lingkungan pondok 30 Januari 2020)

untuk pengasuh pondok dan wali santri, serta acuan kurikulum pesantren yang jelas akan agar tercipta sebuah lulusan santriwan-santriwati yang baik. Tindakan yang perlu dilakukan supaya masyarakat mengetahui kinerja lembaga maka dibutuhkannya peran humas sebagai wadah dari lembaga.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atau publik dalam proses memajukan dan mengembangkan pendidikan di pesantren, perlu adanya peran dan kontribusi dari publik atau masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pengajar pondok pesantren tebuireng Ustadzah Try Setiawati. SPd, *“bahwasanya diperlukan adanya sebuah kepercayaan masyarakat terhadap pondok pesantren, dukungan serta segala bantuan dari masyarakat sangat diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program-program dalam pesantren”*.⁹

Dari penjelasan data di atas dapat diketahui bahwa peran masyarakat merupakan bentuk sesuatu hal yang penting dan dibutuhkan dalam proses pembangunan serta pengembangan pondok pesantren melalui humas sebagai wadah jembatan komunikasi antara masyarakat dengan pesantren. Pentingnya peran humas harus disadari oleh semua anggota yang ada dalam organisasi atau lembaga, sehingga peran humas mampu bekerja dengan baik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pengurus pondok pesantren tebuireng. Ust. Ruslan, S.H *“Citra pondok pesantren terbentuk berdasarkan komunikasi yang baik kepada masyarakat melalui, Pengasuh pondok, Mudir, Kepala pondok, santri dan*

⁹Try Setiawati. SPd, Pengajar Pondok Pesantren Tebuireng (wawancara di pondok Tebuireng) pada tanggal 30 januari 2020

alumni".¹⁰

Citra yang dibangun oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang berimplikasi terhadap banyaknya respon dari masyarakat untuk menitipkan santri dan santriwati di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, karena dengan citra pondok pesantren Tebuireng yang baik dan bisa memberikan kepuasan terhadap masyarakat.

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa prestasi-prestasi yang telah diraih Pondok Pesantren Tebuireng dari bidang pendidikan seperti olimpiade Bahasa Arab, MTQ, Karya Tulis Ilmiah, khitobah baik dilihat dari prestasi-prestasi yang diraih oleh santriwan-santriwati tersebut mulai dari tingkat Kecamatan hingga Internasional. Disamping itu, banyak prestasi-prestasi di bidang keagamaan yang sudah menjadi rahasia umum di masyarakat, sehingga citra yang telah dibangun oleh pesantren mendapat dampak positif bagi masyarakat dan banyak wali santri yang menginginkan anaknya untuk masuk ke dalam Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Peminat Pondok Pesantren Tebuireng Jombang diketahui mengalami kenaikan pada setiap tahun, sehingga hal ini dapat dikaitkan dengan kepercayaan publik terhadap Pondok Pesantren Tebuireng Jombang semakin bertambah. Dengan adanya penambahan jumlah santriwan-santriwati, hal ini menunjukkan bahwa humas berkerja keras dalam membangun dan mengembangkan citra pondok pesantren. Oleh karena itu, peran humas sangatlah penting sebagai media pembangunan dan pengembangan citra positif Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, selain itu peran humas juga

¹⁰ Ust. Ruslan, S.H, pengurus pondok pesantren tebuireng, (wawancara di lingkungan pondok 30 Januari 2020)

dapat menjadi media sosialisasi pondok pesantren dengan pihak eksternal.

Melihat suksesnya humas di pesantren tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi manajemen humas yang digunakan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sehingga mampu membuat masyarakat menaruh minat dan menaruh kepercayaan lebih untuk bekerjasama dengan pesantren dan masyarakat pun mulai banyak yang menginginkan memasukan putra-putri mereka ke dalam pesantren. Hal itu tidak hanya terkenal di wilayah Jombang saja, melainkan juga banyak dari luar kota hingga luar pulau Jawa. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini berjudul ***“Strategi Manajemen Humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang”***

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan konteks penelitian yang telah dikemukakan tersebut maka fokus penelitian ini ialah:

1. Bagaimana perencanaan humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang?
2. Bagaimana pelaksanaan humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang?
3. Bagaimana hasil strategi Manajemen Humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.
2. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.
3. Untuk mendeskripsikan hasil dari strategi Manajemen Humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu bermanfaat:

1. Secara Teoretis
 - a. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai bahan kajian sebagai bentuk pengembangan penelitian.
 - b. Untuk menambah keluasan ilmu pengetahuan mengenai strategi manajemen humas dalam membangun citra pondok pesantren.
 - c. Pengembangan daya pengetahuan bagi masyarakat, yang terkhusus dalam melaksanakan penelitian tentang strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi pondok pesantren, sebagai bahan pemberi masukan yang konstruktif dalam mengelolah dan mengembangkan strategi manajemen humas di pondok pesantren.

- b. Bahan masukan bagi direktur pondok pesantren, kepala pondok pesantren, dan para pengurus pondok pesantren dalam membangun citran pondok pesantren.
- c. Hasil dari penelitian ini mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi para peneliti untuk meningkatkan kajian-kajian pengetahuan tentang strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng.

E. Orisinalitas Penelitian

Dari beberapa penelusuran dan kajian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti tidak menemukan adanya sebuah penelitian khusus yang mengarah pada strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Namun, terdapat beberapa penelitian maupun tulisan yang secara umum mengarah dengan penelitian yang telah peneliti temukan.

Pertama yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Rosalina Nuriza Andi yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat melalui pemberdayaan hubungan masyarakat sebagai bentuk upaya mencari kepercayaan publik terhadap SMK Negeri 2 Ponorogo melalui beberapa strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra sekolah dan dilakukan sebuah usaha-usaha meningkatkan hubungan masyarakat SMK Negeri 2 Ponorogo. Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Dari hasil penelitian yang pertama, untuk memaparkan strategi dan

perencanaan apa yang dilakukan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan citra SMK Negeri 2 Ponorogo yang melibatkan humas beserta seluruh jajaran guru dan staff serta mengagendakan semua kegiatan yang harus dilakukan humas melalui rapat agenda tahunan. Kemudian, pelaksanaan hubungan masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo dilaksanakan sesuai dengan peran dan tugas humas yaitu memberi informasi mengenai setiap agenda dan kegiatan pesantren kepada masyarakat. Dan terakhir yaitu mengevaluasi hubungan komunikasi masyarakat dengan pihak SMK Negeri 2 Ponorogo.¹¹

Kedua, penelitian yang telah dilaksanakan oleh Tukijan memiliki tujuan untuk menginterpretasikan implementasi kinerja humas dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An-Nahl Karangreja Kabupaten Purbalingga dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia atau SDM sangat menentukan kinerja humas dalam mencapai standart-standart yang telah ditetapkan. Sumber Daya Manusia sebagai faktor utama dalam tonggak keberhasilan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An-Nahl Karangreja Kabupaten Purbalingga.¹²

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Agus Suyanto bertujuan

¹¹ Rosalina Nuriza Andi: *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo* Tesis, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018)

¹² Tukijan: *Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An – Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga* Tesis, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016)

untuk mengetahui manajemen humas dalam membangun citra Universitas Islam Malang, melalui strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra sekolah dan dilakukan usaha-usaha meningkatkan hubungan masyarakat Universitas Islam Malang dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan adanya penerapan fungsi-fungsi manajemen humas dalam membangun Universitas Islam Malang dengan mengetahui implikasi *image* Universitas terhadap perkembangan dan pertumbuhan Universitas Islam Malang melalui strategi Hubungan Masyarakat dalam mengembangkan nama baik Universitas Islam Malang.¹³

Keempat, penelitian yang dilakukan Qoimah bertujuan untuk mengetahui fungsi dan peran Hubungan Masyarakat melalui strategi manajemen Hubungan Masyarakat dan strategi komunikasi lembaga pendidikan guna mendapatkan citra yang baik dengan meningkatkan hubungan dengan institusi atau pihak terkait.

Hasil penelitian menunjukkan adanya penerapan strategi, manajemen dan kehumasan dalam membangun Pelayanan Publik yang Prima melalui strategi manajemen yang jitu dengan humas handal dengan bentuk penyampaian beberapa program unggulan di Lembaga Pendidikan.¹⁴

¹³Agus Suyanto: *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang* Tesis, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016)

¹⁴ Qoimah, *Jurnal* Membangun Pelayanan Publik Yang Prima: Strategi Manajemen Humas Dalam Penyampaian Program Unggulan Di Lembaga Pendidikan (Universitas Nurul Jadid), Vol. 01 No. 01 (Probolinggo, Juli, 2018), 204

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Khoiruddin dan dedi Herdiana bertujuan untuk mengetahui peran humas dalam menciptakan nama baik atau citra Perguruan Tinggi Islam melalui kerjasama, strategi publisitas, pameran serta sponsorship dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan kepada tiga Perguruan Tinggi Islam di kota Bandung menunjukkan bahwa setiap humas di perguruan tinggi selalu berusaha untuk meningkatkan citra pada lembaganya. Setiap kampus memiliki strateginya masing-masing dalam meningkatkan citranya seperti: menjembatani program-program kreatif dengan mengadakan berbagai pertemuan, membangun keakraban antara pimpinan, dosen dan pegawai sebagai bentuk hubungan harmonis baik di lingkup internal maupun eksternal.¹⁵

Tabel 1.1

Orisinalitas Penelitian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Rosalina Nuriza Andi	Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo.	Meneliti tentang manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan	Penelitian ini meneliti hubungan humas dengan daya tarik sekolah, sedangkan peneliti meneliti strategi manajemen humas dalam membangun citra pesantren.	Penelitian ini berfokus pada strategi manajemen humas dalam membangun citra pondok pesantren dengan menggunakan jenis metode penelitian studi kasus.

¹⁵ Khoiruddin Muchtar & Dedi Herdiana, *Jurnal Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam (Universitas Sunan Gunung Djati Bandung)* Vol. 15 No. 2 (Bandung, Desember, 2016), 322

2	Tukijan.	Implementasi Manajemen Humas Di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl-Karangreja Kabupaten Purbalingga	Meneliti implementasi manajemen humas di pesantren	Penelitian ini menggunakan dua objek penelitian lembaga, sedangkan peneliti hanya menggunakan satu objek penelitian yaitu pesantren Tebuireng.
3.	Agus Suyanto	Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang	Meneliti tentang manajemen humas dalam membangun citra lembaga.	Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian naturalistik, sedangkan peneliti menggunakan jenis metode penelitian studi kasus.
4.	Qoimah	Membangun Pelayanan Publik Yang Prima: Strategi Manajemen Humas Dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan	Meneliti tentang strategi manajemen humas dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat	Penelitian ini meneliti tentang strategi manajemen humas dalam membangun pelayanan publik, sedangkan peneliti meneliti tentang strategi manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan islam.
5.	Khoiruddin & dedi Herdiana	Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam	Meneliti tentang strategi humas dalam membangun citra lembaga islam	Penelitian ini meneliti tentang peran dan strategi humas dalam pembentukan citra perguruan tinggi sedangkan peneliti meneliti strategi manajemen humas dalam membangun citra pesantren

F. Definisi istilah

Agar memberikan kemudahan pemahaman dalam penulisan tesis, maka peneliti menjelaskan definisi istilah sebagai berikut:

- a. Strategi manajemen merupakan tindakan langkah awal yang berupa penyusunan dan perencanaan strategi melalui pelaksanaan yang dilakukan guna mampu memenuhi sebuah target yang akan dicapai oleh lembaga.
- b. Humas merupakan hubungan masyarakat atau *public relations* yang menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat sebagaimana penanggung jawab dalam penyampaian informasi-informasi melalui pengembangan hubungan baik antar lembaga serta menumbuhkan dorongan dan partisipasi masyarakat dalam membentuk persepsi masyarakat yang baik.
- c. Membangun citra adalah bentuk penciptaan nama baik dengan upaya pengembangan identitas, karakteristik, ciri khas dan nama baik suatu lembaga kepada masyarakat guna mencari kepercayaan sebagai wujud pelaksanaan kinerja humas dalam pengembangan citra.

Dari beberapa definisi istilah yang dipaparkan, maka strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur merupakan sebuah rancangan strategi yang berupa perencanaan dan pelaksanaan humas dalam menumbuhkan ciri khas dan nama baik pesantren untuk mencapai target yang diinginkannya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Humas

1. Pengertian Humas

Pemahaman tentang ilmu humas pertama kali dikemukakan oleh Thomas Jefferson pada tahun 1807 dengan arti hubungan masyarakat atau *public relations*. Public relations juga dikaitkan dengan foreign relations yang menekankan pada hubungan luar negeri.¹⁶ Humas merupakan pihak manajemen yang mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur personal yang sesuai dengan kebijakan publik serta mengevaluasi sikap publik dan menjalankan program yang mampu diterima baik oleh publik.¹⁷

Menurut Fund and Wagnal, sebagaimana dikutip oleh M Linggar Anggoro dari buku American Standard Desk Dictionary terbitan 1994, humas merupakan cara atau teknik yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk menciptakan sebuah persepsi baik dari masyarakat pada keberadaan suatu lembaga tersebut.¹⁸

Disamping itu, menurut Rex Harlow dalam bukunya yang berjudul “A Model for Public Relations Education For Professional Practices”, yang diterjemahkan oleh Rosady Ruslan mendefinisikan bahwa *Public Relations* ialah bentuk fungsi manajemen yang bertindak sebagai pembina dan pemelihara jalur komunikasi antara pihak organisasi atau lembaga dengan publik yang meliputi komunikasi, dan kerja sama sehingga mampu

¹⁶B. Suryosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 12

¹⁷ Frazier Moore, *Humas*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

¹⁸ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008),2.

melibatkan dalam berbagai *problem* serta membantu dalam menyelesaikan berbagai opini publik dengan melakukan teknik komunikasi yang baik sebagaimana bentuk sarana utama.¹⁹

Menurut Ibnu Syamsi yang dikutip oleh B. Suryosubroto mengenai humas yaitu sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan relasi yang harmonis dengan masyarakat dengan tujuan mendapatkan dukungan.²⁰ Dengan demikian humas merupakan bentuk bagian penting yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga dalam mewujudkan hubungan atau relasi yang harmonis dengan masyarakat untuk mendapatkan dukungan, penghargaan, dan kepercayaan.

Disamping itu, Mulyono berpendapat dalam pertemuan asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City pada Agustus 1978 mengenai humas yaitu sebuah ilmu yang mampu menganalisis dan memprediksikan beberapa kemungkinan-kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatan yang dilakukan serta pemberi saran dan masukan kepada pihak yang terkait dengan mengimplementasikan kegiatan atau program dan tindakan terencana yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi atau lembaga dengan khalayaknya.²¹

Dikutip oleh Morissan, menurut Dominick humas mencakup mengenai beberapa hal sebagai berikut yakni:²²

- a. Humas memiliki keterkaitan dengan persepsi masyarakat. Pada

¹⁹Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 16-33

²⁰B. Suryosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 14

²¹Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2009), hlm. 203

²²Morissan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 8-9.

hal ini, peran humas yakni mampu mempengaruhi publik agar dapat memberikan pandangan-pandangan yang baik pada suatu organisasi atau lembaga dengan tujuan mampu membangun dan meningkatkan perkembangan.

b. Humas memiliki keterkaitan dengan arah dan jalur komunikasi.

Dalam hal ini, humas bertanggung jawab sebagai penghubung jalinan komunikasi antara pihak lembaga atau perusahaan dengan khalayak. Disamping itu, perlu adanya menarik perhatian terhadap pikiran dan perasaan masyarakat sebagai bentuk kepedulian jalinan hubungan yang baik.

c. Humas ialah fungsi manajemen. Disini humas memiliki fungsi yang mampu membantu manajemen dalam menciptakan dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai serta proses adaptasi lingkungan yang dinamis. Humas harus memiliki rencana kegiatan yang baik dan mampu mengarahkan setiap kegiatannya dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Humas pendidikan memiliki pola hubungan yang berbeda yakni mengatur dan mengelola arah hubungan masyarakat dengan dunia pendidikan. Maka, dalam kegiatan humas terdapat sebuah arah komunikasi yang membahas mengenai permasalahan-permasalahan dalam pendidikan.²³ Humas dalam pendidikan ialah sebagai berikut:

a. Humas ialah sarana pengenalan diri kepada masyarakat mengenai apa yang akan dan sedang dikerjakan.

²³ Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2008), 355

- b. Humas sebagai fungsi penyalur ide kepada orang lain.
- c. Sebagai jalur untuk mendapatkan pertolongan dari pihak lain yang diperlukan.
- d. Humas mampu memberikan sebuah motivasi suatu organisasi atau lembaga agar membuka diri dalam menerima sebuah saran dan kritik dari orang lain.
- e. Dalam memenuhi naluri manusia, humas sebagai penyalur rasa keingintahuan yang dimiliki oleh manusia.²⁴

2. Tugas Public Relations (Humas)

Berikut merupakan beberapa tugas dari hubungan masyarakat atau humas yaitu:

- a. Mampu dan bersedia bertanggung jawab dalam proses penyampaian kesan yang baik kepada masyarakat, sehingga mampu membangun pemahaman yang baik antara pihak organisasi atau lembaga dengan masyarakat.
- b. Menerima dan mengevaluasi tanggapan-tanggapan yang diperoleh dari masyarakat.
- c. Melakukan sebuah analisis rekasi masyarakat dalam sebuah kebijakan organisasi atau lembaga dari berbagai macam opini masyarakat (*public acceptance* dan *non acceptance*).
- d. Mengadakan dan menjalin relasi yang baik dengan publik agar memperoleh sebuah *public opinion*, *public favour*, serta

²⁴ Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, 355

perubahan-perubahan sikap.²⁵

Menurut Oxley yang terdapat dalam buku Yosol Iriantara menyebutkan berbagai macam tugas humas yaitu memberi sebuah pelayanan kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun tugas-tugas tersebut yaitu:

- a. Mampu memberikan sebuah saran sebagai bentuk perkembangan yang dapat mempengaruhi hubungan suatu organisasi atau lembaga dengan masyarakat.
- b. Menterjemahkan segala kepentingan-kepentingan suatu organisasi atau lembaga terhadap masyarakat.
- c. Sebagai penghubung komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat.
- d. Memberi dan menyusun berbagai laporan kepada manajemen tentang perkembangan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga dengan masyarakat.²⁶

Jadi, tugas humas yaitu mampu dengan mudah mengenalkan mengenai apa saja kegiatan-kegiatan yang ada dalam organisasi atau lembaga kepada masyarakat dengan tujuan memberi kesan positif pada masyarakat.

3 Fungsi dan Tujuan Public Relations (Humas)

Humas memiliki beberapa fungsi dan tujuan dalam menjalankan tugas yang diberikan. Menurut F. Rachmadi fungsi humas adalah

²⁵ Rosady Ruslan. *Public Relations dan Komunikasi*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 26

²⁶ Yosol Iriantara. *Manajemen Strategis Public Relations*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 45

menumbuh kembangkan relasi yang baik antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat dengan maksud menambah pengertian, nilai kepercayaan, motivasi serta partisipasi masyarakat dalam menciptakan opini publik yang positif.²⁷

Berikut merupakan fungsi dari humas sebagai berikut:

- a. Kegiatan yang memiliki tujuan baik guna memperoleh kepercayaan masyarakat, sebagaimana nama yang baik bersumber dari penilaian masyarakat.
- b. Memiliki bentuk sasaran yang jelas dalam membentuk persepsi masyarakat yang dapat diterima oleh semua golongan publik.
- c. Salah satu unsur penting dalam mencapai tujuan humas yakni mampu mencapai tujuan dan harapan yang sesuai dengan keinginan publik yang menjadikan sebagai ciri khas sebuah organisasi atau lembaga. Dari ciri khas tersebut mampu menambah nilai citra, warna, budaya, dan suasana yang menyenangkan.
- d. Dalam rangka membentuk suatu relasi yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat, sehingga mampu memberikan kontribusi positif dalam menciptakan opini publik yang positif sehingga dapat menambah nilai perkembangan citra.²⁸

Selain itu, fungsi *publicelations* menurut Scott M. Cutlip dan Alien

²⁷ Rachmadi. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek cet 1.*(Jakarta: Gramedia, 1992), 21

²⁸ Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. *Komunikasi dan Public Relations.* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 115

Center yaitu sebagai berikut:

- a. Memudahkan jalur opini masyarakat sebagai bentuk perwakilan dalam menanggapi kinerja organisasi atau lembaga, sehingga mampu menambah usaha dan tenaga organisasi atau lembaga ke arah yang lebih baik.
- b. Memberi masukan kepada manajemen tentang cara atau strategi-strategi dalam menyusun operasioanlisasi organisasi atau lembaga agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.
- c. Mengadakan berbagai macam kegiatan-kegiatan yang mampu memberikan penafsiran positif terhadap operasionalisasi dan kebijaksanaan organisasi atau lembaga.²⁹

Maka fungsi dari humas ialah membantu jalannya manajemen dalam menjalankan dan mengembangkan keijakan-kebijakan relasi yang baik dengan masyarakat.³⁰

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat artikan bahwa fungsi dari humas ialah mengatur jalannya komunikasi yang efektif antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat dengan tujuan menambah adanya saling pengertian, menumbuhkan kepercayaan, partisipasi dan motivasi masyarakat yang disertai hubungan timbal balik yang menguntungkan.

Fungsi humas dalam menjalin hubungan baik dalam menyampaikan informasi kepada publik sebagaimana tersimpan dalam Al-Qur'an Pada surah An-nahl ayat 125:

²⁹ Onong Uchjana Effendy. *Human Relations dan Public Relations*. (Bandung: Mandar Maju, 1993), 137

³⁰ Scott M. Cutlip dan Allen H. Center, Glenn M. Broom. *Effective Public Relation*, Ed ke- 8. (NJ: Prentice Hall, 1999), 1

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِأَتْيِ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: berserulah kepada Tuhan-Mu dengan cara mengambil hikmah dan bantahlah mereka dengan cara yang bagus. Sesungguhnya Tuhan-Mu lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang senantiasa mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk.³¹

Dari uraian ayat al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh agar manusia senantiasa menuju ke jalan yang benar. Dalam menjadikan manusia ke jalan yang benar ialah tidak mudah, seperti humas yang berusaha dalam memberikan kepercayaan organisasi atau lembaga kepada masyarakat tidaklah mudah, sehingga perlu adanya usaha dan perjuangan yang lebih untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Tujuan utama dari humas yaitu mampu mempengaruhi perilaku individu atau kelompok melalui diskusi atau dialog dengan tujuan menyatukan persepsi dan opini untuk mencapai kesuksesan atau tujuan bersama, sehingga mampu menciptakan jalinan komunikasi yang baik antar sesama .

Menurut Oxley, tujuan dari humas adalah berusaha untuk senantiasa memelihara saling pengertian antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat.³² Sedangkan menurut Rosady Ruslan, humas memiliki tujuan sebagai berikut:

³¹ Al-Qur'an surah an-Nahl ayat 125

³² Yosaf Iriantara. *Manajemen Strategis Public Relations*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004),

- a. Menumbuhkan nama baik organisasi atau lembaga yang baik untuk publik.
- b. Mendorong adanya jalinan yang baik antara pihak internal dengan pihak eksternal.
- c. Mensinergikan fungsi dari pemasaran dengan masyarakat.
- d. Membangun dan menumbuhkan pengenalan dan pengetahuan organisasi atau lembaga secara efektif.
- e. Mendukung terlaksananya kegiatan pemasaran.³³

Disamping itu, Jefkins juga mendefinisikan mengenai tujuan dari *public relations* ialah sebagai berikut:

- a. Mengubah pandangan umum masyarakat mengenai citra organisasi atau lembaga dengan terselenggaranya program yang akan dilaksanakan.
- b. Meningkatkan kualitas dan profesionalitas calon pegawai.
- c. Mempublikasikan cerita-cerita sukses kepada masyarakat mengenai tercapainya sebuah tujuan organisasi atau lembaga untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat.
- d. Mengenalkan organisasi atau lembaga kepada masyarakat luas.

Menurut Frida Kusumastuti, terdapat beberapa tugas humas yang berkorelasi pada fungsi dan tujuan hubungan masyarakat di sebuah organisasi atau lembaga. Berikut merupakan tugas-tugas humas yaitu:

- a. Menganalisis, dan menginterpretasikan serta mengevaluasi perilaku-perilaku masyarakat dengan tujuan memberi

³³ Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. *Komunikasi dan Public Relations*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 113

rekomendasi-rekomendasi dalam merancang kebijakan-kebijakan organisasi atau lembaga.

- b. Menyatukan kepentingan organisasi atau lembaga dengan kepentingan masyarakat.
- c. Mengevaluasi kegiatan-kegiatan organisasi atau lembaga dengan kepentingan masyarakat.³⁴

Tujuan dari public relations dalam mempengaruhi publiknya ialah seberapa mengenal dan mengetahui masyarakat pada program-program organisasi atau lembaga sehingga tetap mempertahankan nilai daya tarik yang menjadi posisi pertama. Sedangkan posisi publik yang kedua, yaitu pihak public relations berupaya melakukan proses tertentu agar mampu mengubah opini masyarakat menjadi baik. Pada posisi masyarakat yang ketiga, membutuhkan kerja sama dalam menciptakan persepsi masyarakat.³⁵

Maka, paparan pengertian di atas ialah tujuan humas atau *public relations* ialah mampu menciptakan dan menjalin relasi yang baik antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat unuk memperoleh kepercayaan dan citra positif dalam rangka menjalin sebuah kerja sama yang baik.

4 Prinsip-prinsip dan Peran Public Relations (Humas)

Oxley mengemukakan beberapa prinsip humas. Berikut merupakan prinsip-prinsip humas atau *public relations*:

- a. Public relations atau humas berfungsi sebagai teknik.

³⁴ Frida Kusumastuti. *Dasar-Dasar Humas*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 25

³⁵ Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relations*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), 6

- b. Dalam menjamin efektivitas humas, maka sangat diperlukan adanya pendekatan rasional dalam proses perencanaan.
- c. Dalam membentuk kemajuan, perlu adanya pendekatan kerja yang sistematis dalam humas.
- d. Humas atau *public relation* merupakan bagian ke dalam fungsi manajemen.
- e. Publik relations yang baik ialah mampu memberikan komunikasi yang baik dengan masyarakat.
- f. Adanya kontrak dengan humas eksternal apabila tuntutan tugas kemampuan dan sumber daya diluar kemampuan humas internal.
- g. Praktisi humas terus berusaha mendukung dan berupaya mendorong kliennya.
- h. Dalam humas, survei sosiologis atau psikologis hanya dilakukan oleh orang-orang yang berlisensi.³⁶

Jadi, prinsip humas atau *public relations* ialah segala kegiatan humas dilakukan secara kerja sama yang tidak memihak ataupun sepihak. Dalam humas sangat diperlukan prinsip yang sederhana, luwes, keterpaduan yang berkesinambungan.

Menurut Dozier dan Broom, peran humas dalam sebuah organisasi atau lembaga dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu:

- a. Penasehat ahli atau *Expert prescriber*, merupakan individu yang ahli dan berpengalaman serta memiliki *skill* yang tinggi dapat membantu memberikan sebuah penyelesaian masalah hubungan

³⁶ Yosai Iriantara. *Manajemen Strategis Public Relations*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 67

dengan masyarakat. Hubungan antara praktisi humas dengan manajemen organisasi yang tercermin pada hubungan antara dokter dengan pasien yang saling berkaitan dengan maksud pihak humas merupakan pihak yang memecahkan dan mengatasi setiap persoalan yang dihadapi humas dengan organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

- b. Fasilitator komunikasi, dengan ini humas bekerja sebagai pembicara dan penengah dalam membantu pihak-pihak manajemen dalam mendengarkan mengenai apa yang telah diinginkan oleh masyarakat. Disisi lain, humas juga mampu mengembalikan keinginan atau harapan dan kebijakan-kebijakan organisasi atau lembaga kepada masyarakat, sehingga dengan adanya hubungan timbal balik tersebut mampu menciptakan kepercayaan, dukungan, penghargaan dan toleransi baik antara kedua belah pihak.
- c. Fasilitator proses pemecahan masalah, peran seseorang dalam proses pemecahan persoalan humas ini ialah termasuk ke dalam bagian dari tim manajemen. Mengambil keputusan dalam mengatasi berbagai persoalan di angap mampu membantu kinerja pimpinan secara rasioanl dan profesional. Perlunya membentuk sebuah tim sebagai pengkoordinir dalam menghadapi sebuah permasalahan atau segala persoalan yang terjadi.
- d. Teknisi komunikasi, dalam teknisi ini sangat berbeda dengan tiga peranan praktisi humas. Humas menyediakan berbagai layanan

dengan organisasi metode komunikasi.³⁷

Selain itu, inti dari peran utama public relations atau humas yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai seorang pembicara antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat.
- b. Menjalin hubungan, adalah upaya yang dilakukan dengan membina sebuah relasi yang baik dan menguntungkan dengan masyarakat.
- c. Sebagai *back up management*, ialah sebagai peran pendukung dalam fungsi manajemen organisasi.
- d. Membentuk *corporate image*, adalah sebuah peran humas yang berusaha untuk menciptakan citra positif bagi organisasi atau lembaganya.³⁸

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa peran humas yaitu humas berperan untuk mengembangkan citra yang baik agar masyarakat mampu memberikan kepercayaan pada organisasi atau lembaga tersebut. Disamping itu, humas juga turut berperan aktif dalam membina dan mengelola relasi yang harmonis dengan masyarakat dan memiliki tujuan untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat.

³⁷ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 20-21

³⁸ Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relation*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 10

B. Membangun Citra Pondok Pesantren

1. Pengertian Citra

Citra merupakan sebuah nama atau reputasi dan prestasi yang akan dicapai oleh humas demi meningkatkan nama baik sebuah organisasi atau lembaga. Citra adalah nilai kepercayaan yang diberikan kepada publik agar memperoleh *trust public*.³⁹

Citra adalah sesuatu yang tidak terlihat dan tidak dapat diukur, melainkan mampu merasakan hasil dari sebuah penilaian itu yang berasal dari masyarakat. Adanya penilaian publik juga akan memberikan sebuah kesan dan pesan yang positif, rasa hormat serta hubungan timbal balik terhadap suatu organisasi atau lembaga dengan suatu produk.

Citra atau *image* merupakan sebuah gambaran yang terdapat dalam setiap hati seseorang. Sehingga dapat berubah-ubah menjadi sesuatu yang negatif atau positif. Citra mampu berubah menjadi negatif apabila tidak didukung oleh pihak lain, sedangkan citra berubah menjadi positif apabila kemampuan citra yang sebenarnya didukung oleh berbagai pihak. Maka dalam menjaga reputasi dan citra lembaga perlu adanya kinerja atau tugas dan fungsi humas yang berjalan dengan optimal, sebagaimana ialah mengkomunikasikan informasi-informasi kepada masyarakat agar mengetahui laju gerak organisasi atau lembaga tersebut dengan baik.⁴⁰

Citra ialah aset berharga dari sebuah organisasi atau lembaga sebagaimana merupakan bentuk ide, keyakinan, kesan dan pesan

³⁹ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 76

⁴⁰ Rhenald Kasali. *Manajemen Public Relations*, Cet.V. (Jakarta: Grafiti, 2005), 30

seseorang terhadap sebuah objek tertentu.⁴¹ Dengan begitu citra dengan sengaja dibuat agar mempunyai nilai yang baik bagi sebuah organisasi atau lembaga tersebut.

Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa citra ialah gambaran kesan dan kesan yang diterima oleh seseorang mengenai kenyataan yang sebenarnya terjadi dalam organisasi atau lembaga tersebut.

Manajemen strategis humas ialah salah satu upaya yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga dengan tujuan untuk menyelaraskan diri dengan lingkungan sebagai bentuk menjaga reputasi sebuah organisasi atau lembaga. Manajemen strategis humas atau *public relations* tidak membahas mengenai bagaimana caranya agar informasi tersebar luar ke dalam masyarakat, melainkan tentang bagaimana cara mengelola dan mendapatkan sebuah *feedback* dari lingkungan sehingga mampu memberikan keseimbangan dan keselarasan antara lingkungan organisasi atau lembaga dengan lingkungan masyarakat.⁴²

Menjaga citra dan reputasi sebuah organisasi atau lembaga itu ialah salah satu bagian terpenting dalam organisasi atau lembaga itu sendiri, mengingat banyaknya kasus sebagaimana sebuah lembaga pendidikan yang semakin pudar dikarenakan reutasi dan citranya yang buruk, atau bagaimana sebuah lembaga pendidikan yang berjuang terus dalam meraih citra yang baik di mata masyarakat.

⁴¹ Rosady Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 80

⁴² Yosai Iriantara. *Manajemen Strategis Public Relations*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004),

2 Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, citra terpecah menjadi beberapa jenis diantaranya sebagai berikut:

- a. Citra Bayangan. Citra bayangan melekat pada anggota-anggota di dalam organisasi atau lembaganya yaitu pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasi atau lembaganya. Disamping itu, citra bayangan merupakan citra yang di jadikan pijakan orang dalam mengenai pandangan terhadap pihak luar dalam organisasi atau lembaganya. Citra ini seringkali tidak tepat sasaran atau bahkan hanya sekedar angan, yang mana merupakan sebab akibat tidak memadainya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh pihak internal mengenai wawasan yang dimiliki pihak eksternal.
- b. Citra yang Berlaku. Citra berlaku merupakan sebuah pandangan dari pihak-pihak eksternal mengenai citra suatu organisasi atau lembaga. Citra yang berlaku seluruhnya ditentukan oleh adanya informasi-informasi guna dapat memberikan kepercayaan kepadanya.
- c. Citra Majemuk. Merupakan adanya berbagai macam gambaran dari masyarakat terhadap organisasi atau lembaga tertentu dengan menimbulkan aneka persepsi dengan melakukan pengadaaan tingkah laku yang berbeda-beda dan tidak sejalan dengan asas dan tujuan organisasi atau lembaga.
- d. Citra Perusahaan. Citra perusahaan yang dimaksud merupakan

gambaran dari citra dalam sebuah organisasi secara keseluruhan, sehingga citra tidak mengarah pada salah satu jenis produk atau jasanya.

- e. Citra Yang Diharapkan. Citra yang diharapkan merupakan citra yang diharapkan oleh berbagai pihak manajemen atau organisasi. Citra ini seringkali dirumuskan dan diterapkan ke dalam sesuatu hal yang bar, sehingga mampu memberikan daya tarik baru bagi masyarakat.
- f. Citra Penampilan. Citra ini lebih menekankan pada sebuah penampilan subjek mengenai bagaimana kinerja dan *performance* yang dimiliki oleh subjek sebagai bentuk profesionalitas organisasi atau lembaga. Misalnya seorang pengunjung mendapatkan berbagai macam bentuk kualitas pelayanan yang terbaik dengan iklim yang menyenangkan serta memberikan kesan yang baik.⁴³

3. Proses Pembentukan Citra

Citra merupakan sebuah kesan yang diterima oleh seseorang berdasarkan kesesuaian dengan fakta-fakta dalam lapangan. Untuk mengetahui citra yang dimiliki oleh seseorang terhadap sebuah objek, hal itu dapat diketahui dari sikap dan persepsi orang tersebut kepada sebuah objek.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, ada empat komponen dalam pembentukan citra, yaitu:

⁴³ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 77

- a. Persepsi, merupakan hasil yang diperoleh seseorang berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan. Individu akan memberikan sebuah pengertian atau pemaknaan berdasarkan hasil dari pengalamannya. Dari persepsi inilah yang akan membentuk sebuah proses pembentukan citra. Pada proses inilah akan membentuk sebuah persepsi positif atau negatif, tergantung pada pemenuhan sebuah rangsangan dalam kognisi individu.
- b. Kognisi, merupakan seperangkat keyakinan yang terdapat dalam individu terhadap sebuah stimulus yang di dapat, sehingga sangat diperlukan informasi-informasi yang cukup untuk mempengaruhi sebuah perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi mampu mendorong respon mengenai persepsi. Motif dari motivasi ialah adanya dorongan kuat dari dalam individu untuk melakukan suatu usaha dengan maksud dan tujuan tertentu.
- d. Sikap ialah sebuah keadaan individu dalam berpikir, berpersepsi dan bertindak dalam menghadapi sebuah situasi. Sikap merupakan kecenderungan individu untuk berperilaku dengan cara atau teknik tertentu sehingga akan memberikan dorongan motivasi yang dapat menentukan apa yang diinginkan dan diharapkan dan mengandung nilai-nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan sehingga sifat dan sikap individu dapat diubah dan diperhitungkan.⁴⁴

⁴⁴ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 116

Berdasarkan uraian diatas, menjelaskan tentang bagaimana proses pembentukan citra yang didapatkan dari hasil rangsangan melalui beberapa sikap, persepsi, kognisi dan motivasi yang dapat mempengaruhi sebuah respon individu sehingga mampu menimbulkan beberapa pengaruh sikap dan perilaku masyarakat. Dengan memberikan sebuah dorongan stimulus akan mampu menambah daya persepsi individu.

Pemberian stimulus yang baik akan berpengaruh pada sikap dan juga perilaku yang baik pula. Hal tersebut akan memberikan sebuah respon positif yang berupa kepercayaan masyarakat kepada organisasi atau lembaga tersebut.

C. Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Cinta Pondok Pesantren

1. Perencanaan humas dalam Membangun Citra Pondok Pesantren

a. Pengertian perencanaan humas

Perencanaan merupakan aktivitas yang dibentuk sebagai langkah awal dalam membentuk sebuah kegiatan sebagaimana tindakan ini dilakukan untuk perumusan mengenai apa yang akan di capai. perencanaan merupakan sebuah kegiatan yang menghubungkan fakta-fakta serta memberikan beberapa asumsi tentang hal di masa depan dalam menggambarkan dan merumuskan aktivitas-aktivitas .⁴⁵

Dalam buku syafaruddin, johnson, dkk mengemukakan bahwa perencanaan ialah sebuah rangkaian yang telah ditentukan.

⁴⁵ Siagan Sondang. *Fungsi-fungsi Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 36

Perencanaan disusun berdasarkan berbagai macam persepsi yang akan membentuk visi, misi, tujuan dan strategi serta sasaran organisasi dalam proses pengambilan keputusan-keputusan.⁴⁶

Dalam perencanaan humas terdapat beberapa proses yang dapat menambah kepercayaan, membangun relasi dan kerja sama antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan citra yang positif di dalam publik.

b. Model perencanaan humas

Model merupakan langkah dan kegiatan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi atau lembaga untuk mewujudkan rencananya. Langkah-langkah yang dilakukan tersebut diantaranya ialah sebuah penilaian terhadap situasi, definisi publik, mampu menerjemahkan secara obyektif, memiliki ketepatan teknik. Semua langkah tersebut menciptakan sebuah deretan urutan dalam program kerja humas.

Dalam pembentukan program humas sebagai upaya untuk merumuskan sebuah perumusan perencanaan oleh sebuah pondok pesantren sebagaimana hal yang akan dicapai dengan melakukan serangkaian rencana suatu program.⁴⁷

Menurut Grunig dan Hunt, *public relations* merupakan bagian dari bentuk manajemen komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat. Hal tersebut dipercaya mampu membantu perumusan-perumusan empat model praktek humas. Berikut merupakan empat

⁴⁶ Syafaruddin. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. (Jakarta: Pt Ciputat Pers, 2005), 62-63

⁴⁷ Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2005), 97

model humas, yaitu:⁴⁸

- 1) *Press agentry* merupakan agen pers atau agen pemberitaan. Model ini dianggap pembentukan awal dalam humas. Praktisi *public relations* selalu mencari kesempatan dengan melakukan berbagai macam cara agar nama organisasi atau lembaga tersebut muncul di berbagai macam media tanpa melakukan riset. Model ini disebut sebagai salah satu cara propaganda komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat yang dijalankan dalam satu arah dengan tujuan untuk mampu membujuk dan menarik minat masyarakat agar melakukan tindakan yang diinginkan.
- 2) *Public information*. Pada model ini dapat menggunakan melalui segala jenis informasi-informasi yang ada di informasikan kepada publik oleh sebuah organisasi atau lembaga. Pendekatan model ini lebih menekankan pada model persuasi sebagaimana humas dalam menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat tanpa maksud memeralat publik.
- 3) *Two-way asymmetrical*. Hunt menjelaskan bahwa tipe ini merupakan karakter dari tipe pencapaian relasi kepada masyarakat. Model asimetris daya dua arah ini dianggap sebagai salah satu riset yang menggunakan cara sosialisasi dengan tujuan mampu meningkatkan efektivitas sifat persuasif dari pesan yang disampaikan.
- 4) *Two-way symmetrical*. Hal penting dari tipe ini merupakan

⁴⁸ Slamet Mulyadi. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan, Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul (STAIN Curup – Bengkulu)*, vol. 2, no. 2, 2018, 126

keinginan beberapa pihak untuk berkomunikasi sebagaimana kecerdasannya dalam hal persuasif, melainkan dalam mempelajari pola perilaku dari pihak-pihak yang berkaitan. Adanya cara komunikasi ini mampu memberikan kenyamanan dalam berdialog sehingga memiliki kedudukan yang sama dan seimbang antara lawan bicara.

2 Pelaksanaan humas dalam membangun citra pondok pesantren

a. Pengertian Pelaksanaan humas

Pelaksanaan adalah bentuk program kerja nyata yang dilakukan dalam kegiatan manajemen humas. Pelaksanaan ini adalah tindakan yang dilakukan oleh seluruh anggota dengan penuh nilai kesadaran yang berusaha untuk menggapai tujuan dan harapan yang telah direncanakan oleh organisasi atau lembaga.⁴⁹ Fungsi pelaksana meliputi; *motivating, directing, influencing, dan commanding*⁵⁰

Zulkarnain mendefinisikan bahwa pelaksanaan memiliki tujuan untuk merangsang anggota-anggota organisasi atau lembaga agar melaksanakan tugas dan kegiatan dengan baik.⁵¹ Sedangkan menurut sulistyorini menjelaskan bahwa pelaksanaan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memberikan pengertian, kegiatan dan gairah yang berupa semangat kepada orang lain yang mau mendukung dan bekerja secara sukarela sehingga mampu mencapai tujuan-tujuan

⁴⁹ Nasrul Syakur Chaniago. *Manajemen Organisasi*. (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011), 61

⁵⁰ Siagan Sondang. *Fungsi-fungsi Manajemen*. (Jakarta: Bina Aksara, 2012), 96

⁵¹ Zulkarnain Nasution. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. (Malang: UMM Press, 2010), 13

organisasi atau lembaga dengan dukungan kapasitas dan kemampuan yang dilakukannya.⁵²

Jadi, Pelaksanaan adalah sebuah rangkaian kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh seseorang dengan menjadikan perencanaan melalui proses pengarahan dalam melaksanakan program-program secara optimal yang sesuai dengan peran dan kapasitas individu. Hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan yaitu anggota mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara optimal dengan memberikan sebuah dorongan atau motivasi kepada anggota.

b. Tahapan-tahapan Pelaksanaan humas (program)

Menurut Lesly, terdapat tahapan-tahapan yang rinci dalam proses *public relations* yaitu sebagai berikut:

- 1) *Menganalisis keadaan dan hubungan lingkungan organisasi atau lembaga.* Organisasi atau lembaga memiliki fungsi di dalam sebuah sistem yang bergantung pada semua kegiatan-kegiatan yang berlangsung secara totalitas, hal ini dapat memberikan sebuah bentuk-bentuk pemahaman yang berisi kecenderungan atau kemungkinan di dalam sebuah sistem organisasi atau lembaga.

Di dalam sebuah sistem tersebut terdapat sebuah perasaan dan perilaku anggota yang berhubungan antara masyarakat dengan sebuah organisasi atau lembaga.

- 2) *Setiap organisasi mampu menentukan sifat dan sikap setiap*

⁵² Sulistyorini. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi, dan Aplikasi.* (Yogyakarta: Teras, 2009), 31

anggotanya. Kelompok yang di maksud bisa berupa seorang pegawai, *customer*, pemegang saham atau bagian lain dari masyarakat. Apabila sikap dari anggota atau kelompok tersebut diketahui, maka kita akan mampu mengetahui sebuah kesalahan pemahaman yang terdapat dalam sebuah organisasi atau lembaga dan suatu kebijakan serta tindakan-tindakan organisasi atau lembaga yang mampu menimbulkan adanya persepsi-persepsi yang tidak *favourable*.

- 3) *Menganalisis persepsi dalam lingkungan*. Proses kajian ini dapat mengungkapkan hal yang tidak disenangi oleh kalangan kelompok-kelompok tertentu. Analisis akan membantu penyusunan yang terencana untuk memperbaiki sebuah persepsi yang berkembang dari berbagai kelompok yang menjadi titik tujuan atau fokus sebuah lembaga.
- 4) *Mampu membuat antisipasi dari setiap problem-problem yang muncul*. Sebuah analisis dan survey yang dilakukan mampu membuat organisasi memperkirakan hal apa yang akan berkembang dan dikembangkan dari sikap berbagai kelompok tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya rekomendasi atau perencanaan tindakan yang sesuai untuk kondisi atau masalah yang timbul.
- 5) *Merumuskan kebijakan*. Perumusan sebuah kebijakan menunjukkan bahwa organisasi itu berjalan dan kebijakan yang mana yang dianjurkan untuk diperbaiki dari sebuah sistem dan

sikap anggota-anggota kelompok dalam organisasi atau lembaga.

- 6) *Memiliki perencanaan dalam memperbaiki sebuah anggota dalam kelompok.* Dengan melakukan sebuah perencanaan serta klarifikasi kebijakan organisasi yang diperlukan untuk mempengaruhi opini publik. Selanjutnya, reprogram kegiatan yang dapat memberi kejelasan tentang organisasi yang mampu mengatasi permasalahan beserta kesalah pahaman yang mana akan mendorong terciptanya nama baik.
- 7) *Memiliki rencana pelaksanaan kegiatan.* Dalam kegiatan ini, segala perangkat humas seperti iklan, publisitas, dan semua kegiatan karyawan mulai dijalankan. Hal ini adalah bentuk tahapan yang ditempuh humas yang terlihat dengan kasat mata.
- 8) *Feedback, evaluasi, dan penyesuaian.* Segala kondisi akan terus berubah sebagaimana fungsi humas dalam memberikan sumbangsih terhadap perubahan yang menjadi penting dalam pengkajian masyarakat.⁵³

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa humas memiliki dua sasaran yang harus dilakukan yakni, sasaran internal dan eksternal. Sasaran internal yaitu meliputi organisasi itu sendiri dan sasaran eksternal adalah publik atau masyarakat yang bersangkutan.

c. Kegiatan Pelaksanaan

Dalam proses penggerakan atau pelaksanaan, terdapat beberapa poin

⁵³ Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relation*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 54

yang menjadi alasan dari pelaksanaan ialah sebagai berikut:

- 1) Partisipasi dari semua pihak,
- 2) Komunikasi yang efektif,
- 3) Evaluasi.⁵⁴

Menurut H. Fayol, sasaran dan kegiatan Humas ialah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan sebuah citra dan identitas organisasi
 - Menciptakan hubungan timbal balik dua arah dengan berbagai pihak secara baik dan mendukung.
 - Menciptakan citra dan identitas organisasi yang positif.
- 2) Menghadapi *problem*
 - Siap menangani segala komplain dan krisis yang terjadi dengan membentuk sebuah manajemen krisis dan humas sebagai alat memperbaiki citra yang kurang baik.
- 3) Mempromosikan segala aspek yang berhubungan dengan masyarakatan (*Promotion public cause*).⁵⁵

3. Hasil humas dalam membangun citra pondok pesantren

Humas merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan unruk memperoleh pengertian, loyalitas, kepercayaan, *goodwill*, dan citra yang baik dari masyarakat sehingga mampu meningkatkan sasaran humas yang dituju yaitu menciptakan opini atau persepsi publik yang *favourable* sehingga dapat menguntungkan segala pihak.⁵⁶

Citra akan mempengaruhi pandangan-pandangan masyarakat yang

⁵⁴ George R. Terry, *Asas-asas Manajemen*, (Bandung; PT. Alumni, 2012),39

⁵⁵ Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relation*. 30

⁵⁶ Rachmadi. *Public Relations, cet. 2*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996) , 16

mampu menyebar luaskan segala informasi-informasi yang ada, sehingga baik kesan yang terdapat dalam masyarakat maka akan menambah nilai citra sebuah organisasi atau lembaga tersebut. Dalam proses pembentukan, citra akan terbentuk melalui sebuah penerimaan masyarakat secara fisik yang menjadikan perhatian sehingga menghasilkan sebuah stimulus atau pesan-pesan yang dapat dimengerti yang berubah menjadi persepsi-persepsi sehingga menimbulkan adanya citra.

Menurut Arthur W. Page menjelaskan tentang citra merupakan usaha yang dilakukan dengan tekun dan teliti sehingga membentuk sebuah kesan yang murni tanpa adanya rekayasa. Oleh karena itu, citra hadir dengan sendiri dari upaya yang telah ditempuh humas sehingga komunikasi dan keterbukaan lembaga sebagaimana salah satu faktor penting dalam mendapatkan citra yang baik. Citra tidak dapat diukur, melainkan hanya mampu di deskripsikan. Sebagaimana citra merupakan sesuatu hal yang bersifat abstrak dan hanya dapat diwujudkan dalam bentuk penilaian-penilaian positif atau negatif.⁵⁷

Sedangkan menurut Siswanto Sutojo, citra organisasi atau lembaga yang baik dan kuat mempunyai beberapa manfaat diantaranya yaitu:⁵⁸

- a. Daya saing yang memiliki jangka menengah dan panjang yang baik. Citra organisasi atau lembaga yang baik mampu menjadi sebuah ciri khas atau identitas organisasi atau lembaga yang digunakan sebagai pembeda dan tidak mudah di plagiasi oleh lembaga lainnya. Disamping itu, akan menjadikan nilai daya jual

⁵⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 75

⁵⁸ Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), 3

- yang baik.
- b. Menjadi sebuah perisai pada tahap krisis. Organisasi atau lembaga yang baik akan memiliki sebuah citra atau *image* yang kuat, sehingga mampu mendapatkan dukungan dan dorongan lebih dari masyarakat.
 - c. Menjadi nilai daya tarik eksekutif handal. Dalam sebuah organisasi atau lembaga yang memiliki nama atau citra yang baik akan mampu memotivasi, menahan dan menarik eksekutif sebagai penggerak roda organisasi atau lembaga.
 - d. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Dari adanya citra yang telah terbangun dan berkembang dengan baik, dalam mengelola produk-produk baru yang akan dipasarkan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat.
 - e. Penghemat biaya operasional. Sebuah organisasi atau lembaga yang memiliki citra yang kuat dan baik sangat membutuhkan dana dalam mempromosikan produk-produk yang akan diluncurkan lebih menghemat biaya operasionalitas organisasi atau lembaga dibandingkan sebelum memiliki nama atau citra yang baik.

D. Humas Dalam Perspektif Islam

Hubungan masyarakat (*public relations*) dalam manajemen lembaga pendidikan Islam merupakan sebuah rangkaian proses hubungan yang memiliki timbal balik antara organisasi atau lembaga dengan publik yang

berlandaskan pada i'tikad serta ta'ruf atau saling mengenal, tarahum atau saling mengasihi, tafahum atau saling memahami, dan ta'awun atau saling tolong atau kerja sama dalam rangka mencapai tujuan-tujuan dan harapan yang telah direncanakan.

Hubungan masyarakat pada hakikatnya merupakan sarana penyambung berbagai pesan yang ada. Didalam Al-Qur'an yang mana merupakan kitab suci dan panduan umat Islam yang berisi petunjuk dari Allah kepada hambanya. Oleh karena itu, subjek utama ialah pemahaman terhadap manusia dan segala bentuk kehidupan sosial.

Dalam Al-Qur'an terdapat berbagai cara dalam menjalankan semua komunikasi yang baik dan efektif. Komunikasi adalah bagian dari langkah kehidupan yang tidak bisa dipisahkan, sehingga komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam lancarnya proses hidup. Yang dimaksud ialah sebuah komunikasi yang islami, dan sesuai dengan anjuran agama Islam dan memiliki adab sopan santun dalam beretika serta komunikasi yang berakhlakul karimah. Komunikasi yang berakhlakul karimah ialah komunikasi yang baik antar sesama manusia dan bersumber pada Al-Quran dan Hadits, serta komunikasi yang menimbulkan manfaat kebaikan untuk sendiri maupun untuk orang lain, sebagaimana terdapat ungkapan yang mengatakan:

اللِّسَانُ حِفْظٌ فِي الْإِنْسَانِ سَلَامَةٌ

Artinya: “Menjaga lisan adalah bagian dari keselamatan seseorang.”⁵⁹

Di dalam komunikasi terdapat prinsip atau etika dan adab dalam berkomunikasi yang sesuai dengan perspektif Islam. Prinsip atau etika

⁵⁹ Mujamil Qomar, Manajemen Pendidikan Islam, (Erlangga: Gelora Aksara Pratama, 2007), 251

termasuk ke dalam panduan bagi kaum muslimin dalam melaksanakan sebuah komunikasi, baik dalam komunikasi interpersonal atau intrapersonal dalam kehidupan sehari-hari, bahkan anjuran dalam berdakwah baik secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktifitas dalam hal berlembaga.⁶⁰ Dalam berbagai kajian tentang kaidah-kaidah humas di dalam Al-Qur'an dapat ditemukan setidaknya terdapat enam jenis pembicaraan atau gaya bicara yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip humas (*public relation*) atau etika dalam berkomunikasi Islam.

1. Qoulun Sadida (Perkataan yang benar)

Sebagaimana yang terdapat didalam al-Qur'an surah An-Nisa

ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : "hendaklah takut kepada Allah SWT yaitu orang-orang yang seandainya meninggalkan seorang anak-anak yang lemah, yang khawatir pada kesejahteraan mereka, oleh karena itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan mengucapkan perkataan yang baik."⁶¹

Menurut syaikh Al-Alusi, bahwa perkataan yang benarialah perkataan lemah lembut dan memiliki adab yang baik. Sehingga humas dalam mengomunikasikan sesuatu kepada publik hendaknya dilakukan dengan baik, lemah lembut dan tidak kasar. Disamping itu

⁶⁰ Afiful Ikhwan, *Penerapan Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam perpektif Islam*, (Jurnal: Al-Hayat, Vol 02, No 01, 2018), 11

⁶¹ Al-Qur'an An-Nisa ayat 9

dengan tata krama atau adab yang sopan santun dan mampu memberikan informasi yang akurat bagi pendengar.

2. Qoulan Ma'rufa (Selalu berkata baik)

يُنِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّفَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي
فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا

Artinya: "wahai istri-istri nabi, tidaklah kamu seperti wanita-wanita yang lain. Apabila kamu bertaqwa, maka janganlah kamu tunduk dalam berkomunikasi dengan ucapan dan perkataan yang baik, sehingga tidak timbul penyakit pada orang lain."⁶²

Ayat diatas menunjukkan bahwa hubungan sesama manusia adalah bentuk sunnatullah. Sehingga manusia berhak melakukan kerja sama dengan yang lainnya dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang di inginkan dan dicita-citakan dengan selalu berharap kepada Allah SWT.

3. Qoulan Baliigha' (tepat sasaran, komunikatif dan mudah dimengerti)

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ
قَوْلًا بَلِيغًا أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ
فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: "Mereka adalah orang-orang yang Allah ketahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka,

⁶² Al-Qur'an surah al-Azhab ayat 32.

dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka ucapan yang berbekas pada jiwa mereka.”⁶³

Kata baliighan ialah membekas pada jiwa, pada hal ini dapat dipahami bahwa setiap humas atau pimpinan-pimpinan sebuah organisasi atau lembaga hendaknya mempunyai *skill* komunikasi yang baik dan mampu memberikan rasa baik yang membekas terhadap lawan bicaranya.

4. Qoulan Karima (perkataan yang mulia)

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا
أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya : *Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.”⁶⁴*

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa Manusia dianjurkan untuk mengucapkan perkataan-perkataan yang baik dan mulia, karena perkataan yang mulia akan menjadi sebuah senjata komunikasi yang memberikan kebaikan dan memberikan efek yang menyenangkan bagi lawan bicara.

⁶³ Al-Qur'an surah an-Nisa ayat 63

⁶⁴ Al-Qur'an surah al-Isra ayat 23

5. Qoulan Layyinan (perkataan yang lembut)

أَذْهَبًا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ فَقَوْلًا لَهُ لَئِنَّا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَىٰ

Artinya: “Pergilah kamu kepada Fir'aun, karna sesungguhnya Dia telah melampaui batas, Maka berbicaralah kamu kepadanya dengan perkataan yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.”⁶⁵

Berdasarkan kedua ayat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Qaulan Layina merupakan sebuah perkataan yang lemah-lembut, penuh keramahan, dan sangat enak di dengar sehingga dapat menyentuh ke dalam hati dengan tidak mengeraskan suara, seperti meninggikan suara dan membentak-bentak. Karena setiap orang pasti menginginkan sebuah lawan bicara yang lemah lembut dan tidak membentak. Rasulullah selalu mencontohkan untuk selalu bertutur kata yang baik kepada setiap orang, sehingga setiap ucapan yang beliau keluarkan mampu menyentuh orang lain atau lawan bicara. Dalam Tafsir Ibnu Katsir telah disebutkan bahwa layina adalah kata yang mngandung sindiran.⁶⁶

Ayat di atas merupakan bentuk perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar senantiasa berbicara baik dan lemah-lembut serta tidak kasar, kepada Fir'aun. Dengan Qaulan Layyina, akan lebih mudah menyentuh hati orang yang diajak berkomunikasi dengan baik dan benar. Oleh karena itu, dalam komunikasi yang

⁶⁵ Al-Qur'an surah at-Thaha ayat 43-44

⁶⁶ Syaikh Shafiyyurrahman al-Mubarakfuri, *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2011), 725.

berbasis Islam, diharapkan agar dihindari kata-kata yang menyakitkan dengan intonasi yang keras dan tinggi. Allah sangat melarang para hamba-Nya untuk bersikap kasar kepada sesama dalam menyampaikan pesan, karena kekerasan akan membuat keadaan semakin memperkeruh keadaan dan dijauhi oleh orang lain.

6. Qoulan Maysura (perkataan yang ringan)

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُل لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya: *“Dan apabila kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu, Maka Katakanlah kepada mereka ucapan yang baik.”*⁶⁷

Demikianlah beberapa kutipan ayat-ayat al-Qur’an yang menjelaskan secara umum mengenai hubungan masyarakat (public relation) yang harus dijalankan oleh manusia dengan baik, khususnya dalam berkomunikasi dengan orang lain. Menurut Mujamil Qomar prinsip-prinsip tersebut diatas sesungguhnya dapat menjadikan sebagai landasan dalam beretika bagi setiap muslim-muslimah, ketika dalam melaksanakan proses komunikasi, baik dalam kehidupan sehari-hari ataupun aktivitas-aktivitas lainnya.⁶⁸

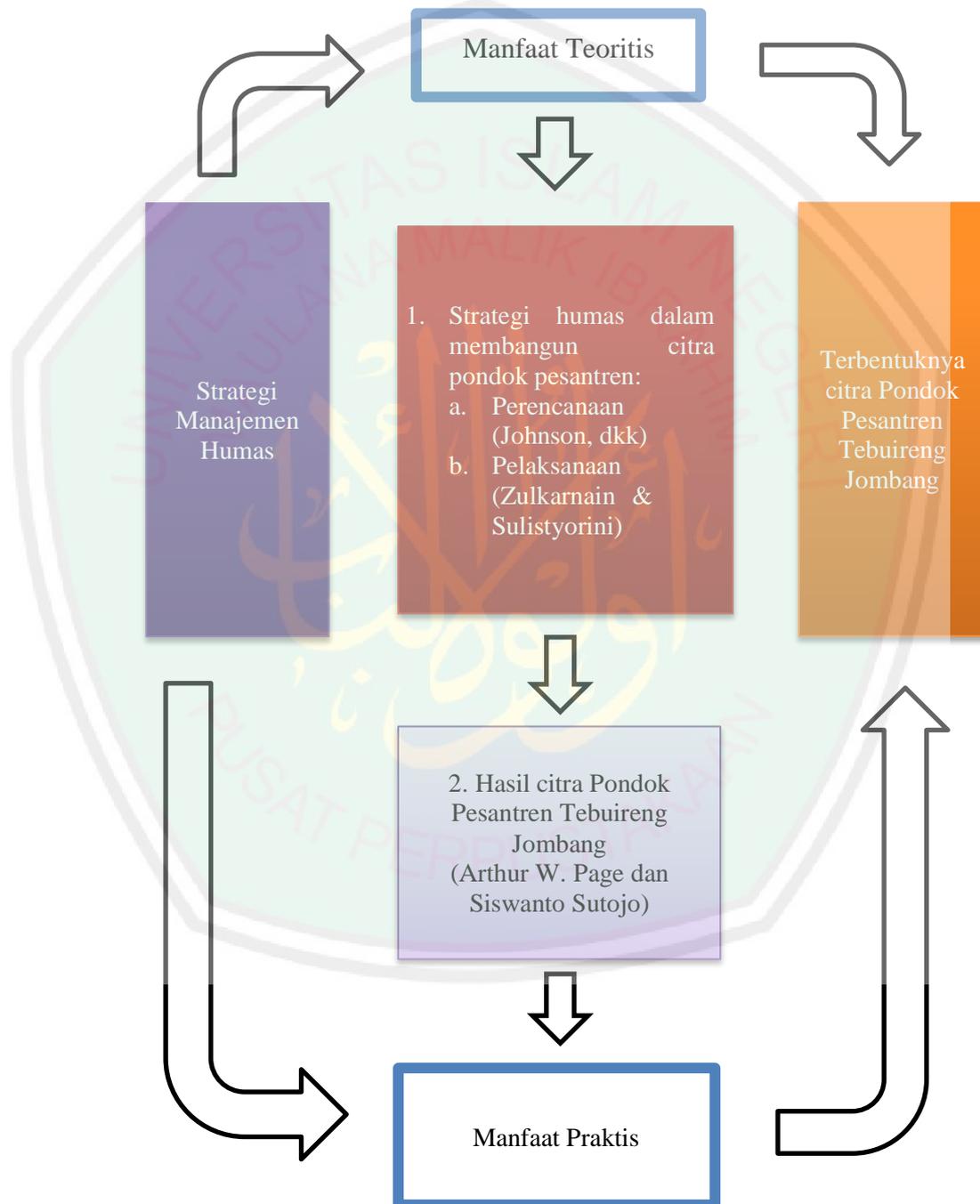
E. Kerangka Teori

Fokus pada penelitian ini terletak pada strategi manajemen humas yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan hasil dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Pondok Pesantren Tebuireng Jombang

⁶⁷ Al-Qur’an surah al-Isra ayat 28

⁶⁸ Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 251

merupakan salah satu pondok pesantren yang mempunyai citra baik di masyarakat yang mana merupakan salah satu pesantren ternama di Jombang. Kerangka berpikir dalam penelitian yang dilakukan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teori

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Untuk memahami konteks penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif sebagaimana menggambarkan pada fenomena-fenomena yang terjadi dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.⁶⁹

Menurut bogdan dan taylor dalam buku Lexy J. Meloeng yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang memiliki kegunaan dalam menginterpretasikan dan mengelola temuan data yang berupa kata atau kalimat.⁷⁰

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan studi kasus tunggal, yaitu penelitian secara intensif terperinci yang dilakukan secara mendalam terhadap salah satu lembaga.⁷¹ Data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, catatan-catatan peneliti, foto-foto, dan lain-lain.

B. Kehadiran Peneliti

Rencana lokasi penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan atas dasar pertimbangan kemudahan dalam penggalan data, peneliti merasakan sesuai dengan

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 23

⁷⁰ Lexy J. Meloeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 3

⁷¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 120

kemampuan peneliti dalam melakukan penggalian data, karena jarak lokasi peneliti dekat dengan subjek. Penelitian ini dimulai sejak bulan november.

C. Lokasi dan Latar Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Pondok Pesantren Tebuireng didirikan oleh Kyai Hasyim Asy'ari yang merupakan salah satu pelopor organisasi Islam Terbesar di Indonesia. Pesantren Tebuireng didirikan pada tahun 1906, di Jl. Irian Jaya No. 10, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Awal mula pesantren ini dibangun murni ingin meneruskan perjuangan Islam dan mengamalkan pendidikan Islam yang telah diperolehnya dengan metode pendidikan pesantren salaf.

Pesantren Tebuireng sangat menghargai kemajuan yang terjadi di lingkungannya, sehingga membuat pesantren Tebuireng selalu dinamis dalam mengikuti perkembangan zaman dengan tetap mengedepankan unsur syariah Islam. Sehingga menjadikan perpaduan antara pesantren salaf dengan modern. Dengan konsep yang dimiliki pesantren tersebut, menjadikan pesantren terus berkembang dan mampu beradaptasi di setiap zaman.

D. Data dan Sumber Data

Data kualitatif merupakan sesuatu yang dibicarakan oleh pihak atau orang yang berkaitan dengan maksud dan tujuan peneliti dalam mencari sumber informasi. Sesuatu yang orang lain katakan dapat dijadikan sebagai

rujukan dan sumber informasi utama dalam data kualitatif.⁷²

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang dihasilkan melalui bentuk pengumpulan, pengolahan dan penyajiannya dilakukan oleh peneliti dari sumber informan yang utama. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data utama yaitu: pengasuh pondok pesantren, kepala pondok pesantren, mudir, santri, dan alumni Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang digunakan untuk melengkapi data utama atau primer. Data sekunder yaitu meliputi: artikel, jurnal, buku, majalah, makalah, dokumen atau data yang menjelaskan mengenai kehumasan dan beberapa dokumen foto mengai kehumasan Pondok Pesanten Tebuireng Jombang.

Untuk memperoleh kedalaman informasi maka diperlukan informan atau narasumber yang memenuhi kriteria peneliti dalam proses penggalan data. Bentuk penggalan sampel yang dilakukan oleh peneliti dilakukan secara purposif sebagaimana bentuk pertimbangan informan yang dipilih harus orang yang mampu memberikan sumber informasi yang jelas dan dapat dipercaya serta tertuju pada fokus penelitian

⁷² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 121.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian yang dianggap mampu mengambil data dan informasi dari objek yang akan diteliti di lapangan. Untuk mencapai sebuah tujuan, seorang peneliti diharuskan membuat sebuah instrumen.⁷³

Instrumen penelitian merupakan alat bantu peneliti dalam proses pencarian dan pengumpulan data dan informasi. Seperti yang telah dijelaskan bahwa kunci utama dalam instrumen adalah peneliti itu sendiri, sedangkan instrumen tambahan yaitu berupa pedoman observasi, wawancara, dan dokumentasi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian kualitatif, terdapat tiga teknik yang perlu dilakukan dalam proses pengumpulan data, yaitu: wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁷⁴ Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Observasi

Dalam penelitian yang dilakukan ini, penulis menggunakan observasi non partisipan. Observasi ini tidak langsung melibatkan peneliti, melainkan sebagai seorang pengamat.⁷⁵ Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan, dimulai dengan bentuk pengamatan yang bersifat umum, setelah itu peneliti fokus pada masalah utama

⁷³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 121

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 225.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 145.

yang telah di ketahui peneliti sehingga peneliti mengetahui secara langsung strategi apa yang tepat dalam membangun citra madrasah di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi mengenai; a) sejarah berdirinya Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, b) perencanaan program-program humas dalam membangun citra pesantren, c) dampak dari pelaksanaan program humas terhadap citra pesantren.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Peneliti menyiapkan pertanyaan dan selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan bebas.⁷⁶ Melalui kegiatan wawancara, peneliti akan mengetahui pandangan seseorang terhadap suatu permasalahan tersebut yang tercermin dari hati dan pikiran informan. Wawancara juga dilakukan untuk memperoleh data mengenai Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mengenai a) Perencanaan program kerja humas dalam mengembangkan citra pesantren, b) Pelaksanaan program kerja humas dalam membangun dan mengembangkan citra pesantren, c) Dampak dari adanya citra positif bagi perkembangan pesantren.

3. Dokumentasi

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 157.

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan sebagai alat bantu dalam kegiatan wawancara. Sebagaimana peneliti melakukan dokumentasi terhadap benda tertulis seperti arsip dan dokumen yang berhubungan dengan fokus penelitian.⁷⁷ Studi dokumentasi yang dikaji dalam penelitian ini adalah suatu tulisan atau catatan yang berupa laporan, arsip, atau catatan lain. Dokumen yang tergolong sumber informasi dalam penelitian ini antara lain menyangkut program-program humas, perumusan citra sekolah, kegiatan rapat humas, struktur organisasi humas, dan data grafik santriwan-satriwati dari tahun ke tahun. Penggunaan ketiga teknik pengumpulan data di atas didukung dengan menggunakan alat bantu berupa kamera foto dan perekam suara.

G. Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian kualitatif, analisis data dibagi menjadi tiga proses, yaitu: 1. Mencatat hasil yang diperoleh dari lapangan, 2. Mengumpulkan, memilah dan mengklarifikasi, 3. Berpikir dengan tujuan mampu mengkategorikan data serta hubungan-hubungan data serta temuan-temuan umum lainnya.⁷⁸

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis model interaktif yang dikemukakan oleh Miles & Humbernam. Analisis data berlangsung secara bersamaan dengan tahapan alur: pengumpulan data,

⁷⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) 158.

⁷⁸ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 248

reduksi data, penyaji data dan kesimpulan atau verifikasi.⁷⁹

1. Pengumpulan Data

Dalam tahapan ini merupakan tahapan awal terhadap proses penggalan informasi. Sehingga data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi ditulis ke dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek yaitu deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi ialah data yang memuat mengenai apa yang telah disaksikan dan didengar secara langsung oleh peneliti tanpa adanya rekayasa.

Sedangkan catatan refleksi ialah catatan-catatan yang berisi kesan, komentar dan penafsiran peneliti tentang hal yang dilakukan dalam proses penggalan data tersebut.

2. Reduksi Data

Dalam tahapan ini, data yang telah diperoleh dari lapangan ditulis ke dalam bentuk laporan kemudian dilakukan kategorisasi yang sesuai dengan fokus penelitian yang diambil.

Dalam kegiatan mereduksi data, seorang peneliti harus melakukan seleksi data dengan membuat catatan ringkasan, penggolongan data, fokus data. Reduksi data berjalan terus selama proses penelitian sehingga masuk kepada proses analisis data.⁸⁰

3. Penyajian Data

⁷⁹ Miles, M. B. & Huberman Am, *An Expanded Source Book, Qualitatif Data Analysis*, (London: Sage Publication, 1984), 20

⁸⁰ Mathew B. Miles & A. Huberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*, (Jakarta: UPI Press, 2009), 16

Penyajian data merupakan kumpulan dari beberapa informasi tersusun yang memberikan adanya kemungkinan dalam pengambilan kesimpulan dan tindakan. Dengan adanya penyajian data, maka peneliti mampu memahami terhadap apa yang terjadi sehingga dapat menganalisis data atau langkah-langkah pada penelitian yang dilakukan.

4. Kesimpulan atau Verifikasi

Dalam tahap ini, menggambarkan makna yang ditampilkan. Peneliti berupaya mencari makna terhadap hal yang telah diteliti, menganalisis data serta membuat kesimpulan. Sebelum menarik sebuah kesimpulan, diharapkan peneliti mampu mencari pola, hubungan dan persamaan data secara detail.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh keabsahan data yaitu dengan menggunakan uji kredibilitas. Dijelaskan oleh Sugiyono dalam bukunya yang menyatakan bahwa uji kredibilitas merupakan bentuk kepercayaan pada data hasil penelitian kualitatif, diantaranya: meningkatkan ketekunan, perpanjangan pengamatan, analisis kasus negatif, triangulasi, member check, dan menggunakan bahan referensi.⁸¹

Berdasarkan enam uji kredibilitas tersebut, peneliti bermaksud menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber adalah mengecek kebenaran informasi yang di dapat dari hasil

⁸¹ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 34

wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai sumber informan. Diantaranya yang menjadi sumber informan yaitu humas, Pengasuh pondok, Kepala pondok, Mudir, ustadz-ustadzah. Dari semua informan tersebut, peneliti menggali data yang akan dituju atau fokus penelitian. Kemudian melakukan koding data untuk menguji validitas data yang diperoleh dari informan.

Sedangkan triangulasi teknik adalah triangulasi yang dilakukan dengan proses perbandingan data yang diperoleh observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pertama yang dilakukan peneliti yaitu wawancara kepada semua informan guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Lalu, yang kedua yaitu melakukan observasi guna mengecek kevalidan data yang diperoleh dari wawancara tersebut. Lalu yang terakhir adalah dokumentasi sebagai penguatan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara terhadap informan. Teknik dokumentasi yang dilakukan ini berupa file, berkas-berkas, dan foto-foto berbagai kegiatan yang sedang langsung dan sesuai dengan arah fokus penelitian.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

Pada penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang bertempat di Pondok Pesantren Tebuireng dan melibatkan beberapa pimpinan yang memahami lebih banyak tentang manajemen Pondok Pesantren Tebuireng khususnya strategi manajemen humas dalam Membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng.

1. Profil Pondok Pesantren Tebuireng

Pondok Pesantren Tebuireng adalah salah satu pondok pesantren tertua di Indonesia yang didirikan oleh KH. Hasyim Asy'ari pada tahun 1889 M. Nama Tebuireng diambil dari nama dusun kecil tempat berdirinya pesantren tersebut yang berada di wilayah Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Sebelum Kyai Hasyim Asy'ari datang, tempat tersebut merupakan tempat pelacuran, pencurian bahkan perjudian. Melihat betapa pilu tempat tersebut, kemudian Kyai Hasyim dan Nyai Khadijah membeli sebidang tanah untuk membangun pondok dan santri pertamanya berjumlah delapan orang, kemudian tiga bulan meningkat menjadi dua puluh delapan orang dengan luas pondok berukuran 6 x 8 Meter.

Setelah didirikannya pondok tersebut, banyak ancaman dan gangguan warga sekitar agar santri tersebut meninggalkan pengaruh Kyai Hasyim yang berlangsung selama dua setengah tahun. Ketika dirasa keadaan mulai membahayakan santrinya, Kyai Hasyim

mengutus salah santrinya untuk ke Cirebon banten menemui beberapa Kyai dan berguru untuk belajar ilmu pencak silat. Setelah itu, banyak warga yang mulai mengakui atau bahkan mengikuti ajaran Kyai Hasyim.

Dengan kegigihan Kyai Hasyim dalam berdakwah dan memperjuangkan agama, Kyai Hasyim berhasil merubah daerah Tebuireng menjadi tempat yang lebih baik, sehingga muali banyak Kyai-kyai yang datang untuk menuntut ilmu dengan Hadratush Syaikh Hasyim Asy'ari karena kecerdasan dan keuletannya dalam menyebarkan dan berdakwah agama Islam.

KH. Hasyim Asy'ari tidak hanya pintar dalam bidang dakwah, melainkan juga pada bidang politik. Dimana saat terjadinya penjajahan, Kyai Hasyim Asy'ari tanpa takut berhadapan dengan penjajah, disamping itu dari Tebuireng juga melahirkan beberapa partai-partai besar Islam di Indonesia, diantaranya: Nahdlatul Ulama (NU), Majelis Syuro A'la Indonesia (Masyumi), serta laskar-laskar perjuangan seperti Sabilillah, Hizbullah, dan sebagainya. Mulai saat itulah Kyai Hasyim Asy'ari terkenal hingga menjunjung tinggi citra pesantren Tebuireng dan menjadi tokoh nasional.

Gelar tokoh nasional tersebut sangat berdampak pada perkembangan pesantren yang begitu pesat, mulai dari beberapa santri hingga mencapai ribuan santri setiap tahunnya sehingga mulai banyak melahirkan santri-santri berprestasi dan mampu berjalan berdampingan bersama masyarakat. Hal tersebut terus mendapatkan

perhatian lebih dari masyarakat, baik masyarakat Indonesia maupun luar negeri.⁸²

2. **Visi dan Misi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang**⁸³

a. Visi

Pesantren Terkemuka penghasil insan pemimpin berakhlak mulia.

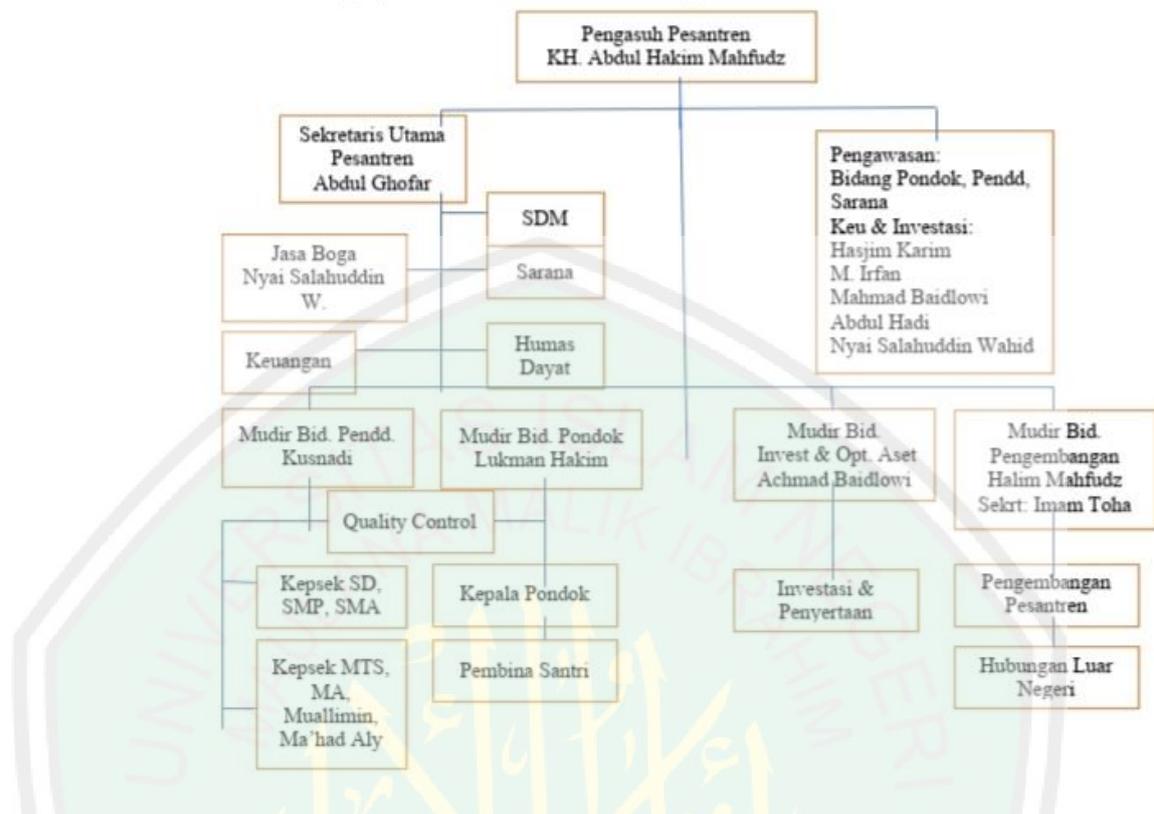
b. Misi

- 1) Melaksanakan tata keadministrasian berbasis teknologi.
- 2) Melaksanakan tata kepegawaian berbasis teknologi.
- 3) Melaksanakan pembelajaran IMTAQ yang berkualitas di sekolah dan pondok.
- 4) Melaksanakan pengkajian yang berkualitas kitab Adav al-Alim wa al-Muta'allim dan Ta'lim Muta'allim sebagai dasar akhlak al-karimah.
- 5) Melaksanakan pembelajaran IPTEK yang berkualitas.
- 6) Melaksanakan pembelajaran social dan budaya yang berkualitas.
- 7) Menciptakan suasana yang mendukung upaya menumbuhkan daya saing yang sehat.
- 8) Terwujud tata layanan publik yang baik.

⁸² Buku Panduan Santri Pondok Pesantren Tebuireng 2017

⁸³ Buku Panduan Santri Pondok Pesantren Tebuireng 2017

3. Struktur pengurus Pondok Pesantren Tebuireng⁸⁴



Gambar 4.1 Struktur Pengurus Pondok Pesantren Tebuireng

Jombang

4. Unit-unit pendidikan formal Pondok Pesantren Tebuireng⁸⁵

- a. SDI Tebuireng Ir. Soedigno
- b. MTs Salafiyah Syafi'iyah
- c. SMP A. Wahid Hasyim
- d. MA Salafiyah Syafi'iyah
- e. SMA A. Wahid Hasyim
- f. SMA Trensains (Pesantren Sains)

⁸⁴ Sumber Gambar <https://www.google.com/s/amp/s/slideplayer.info/amp/1116100/> diakses pada tanggal 10 Mei 2020

⁸⁵ Buku Panduan Santri Pesantren Tebuireng 2017

- g. SMK Khiriyah Hasyim
- h. Madrasah Mu'allimin Hasyim Asy'ari
- i. Ma'had Aly Hasyim Asy'ari

B. Paparan Data

1. Perencanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng

a) Penetapan Tujuan

Dalam merencanakan kegiatan program Humas, Humas beserta jajarannya menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Penetapan tujuan dianggap sebagai pendorong kesuksesan program kerja Humas dalam pencapaian tujuan pesantren. Berikut adalah pernyataan direktur pesantren Tebuireng⁸⁶:

“Untuk menjadikan pesantren terkemuka, yang membentuk santri-santrinya berakhlakul karimah. Oleh karena itu pesantren juga harus menyiapkan pengajar-pengajar yang berkompeten dan santri-santriwati harus mempunyai nilai-nilai kepesantrenan supaya nanti menjadi orang yang berakhlakul karimah yang mana di dalamnya terdapat sikap jujur, sopan santun, bertanggung jawab, kerja keras dan mempunyai mental tasamuh. Apabila Pendidikan karakter tersebut mampu tercapai, maka hasil dari tujuan tersebut akan langsung dirasakan oleh masyarakat. Hal tersebut merupakan salah satu penguat dan pendorong perkembangan popularitas

⁸⁶ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

pesantren, yang mana mampu memunculkan tokoh-tokoh Nasional yang berasal dari Tebuireng. Sehingga alumni diyakini mampu memberikan sumbangsih positif bagi pesantren.”

Dari pernyataan diatas dapat dipahami bahwa perencanaan dalam humas dimulai dari adanya penetapan tujuan humas di pesantren Tebuireng Jombang yaitu ingin mempertahankan popularitas atau eksistensi pesantren dengan memberikan sebuah pelayanan terbaik untuk para santrinya dan mengasah kemampuan serta menguji dan mengembangkan mental para santri Tebuireng. Disamping itu, pihak humas terus bekerja keras dalam mengembangkan citra dan mempublikasikan ke masyarakat sekaligus menjalin kerjasama dengan masyarakat, wali santri ataupun pihak terkait lainnya. Bapak Ali Subhan selaku Penjaminan Mutu Pesantren Tebuireng Menjelaskan sebagai berikut⁸⁷:

“Menurut kami, terdapat hal-hal menarik dari pondok pesantren Tebuireng yang mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pondok ini. Yang pertama, kita melihat sejarah pondok pesantren Tebuireng sebagaimana pendirinya adalah adalah sosok pendiri organisasi berbasis Islam ternama yaitu Nahdlatul Ulama yang kian berkembang pesat hingga saat ini, disamping itu pondok Tebuireng merupakan

⁸⁷ Wawancara, Ali Subhan selaku Pejaminan Mutu Pesantren (Tebuireng 1 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

salah satu pesantren tertua di Indonesia. Yang kedua yaitu kualitas pesantren, yang dapat dilihat dari program atau kegiatan yang dijalankan serta kualitas pendidikan yang memadukan antara pendidikan formal dan agama, disamping itu sarana dan prasarana pondok pesantren yang memadai dimana pesantren identik dengan lingkungan yang kurang bersih namun lingkungan pesantren ini memiliki lingkungan yang cukup bersih dan kemandirian ketertiban yang baik. Yang ketiga yakni mengenai keterbukaan informasi. Pesantren Tebuireng sangat terbuka bagi siapapun sehingga banyak kunjungan ke pondok ini dalam hal silaturahmi, penelitian atau studi banding. Dengan banyaknya kunjungan mulai dari masyarakat ataupun tokoh agama dan negara sehingga memberikan kontribusi positif karena dianggap sebagai promosi gratis.”

Pondok pesantren Tebuireng Jombang adalah salah satu pesantren tertua yang memiliki kharisma dalam syiar agama. Pesantren ini sangat terbuka bagi siapapun yang ingin berkunjung, sehingga banyak pendatang yang datang berkunjung ke pesantren ini mulai dari masyarakat hingga tokoh nasional yang fotonya terdapat pada lampiran.⁸⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti, dalam Pondok Pesantren Tebuireng terdapat makam empat tokoh nasional, yaitu KH.

⁸⁸ Observasi, (24 Februari 2020) Pesantren Tebuireng

Hasyim Asy'ari dan KH. Wahid Hasyim yang termasuk dalam pahlawan nasional, KH. Abdurrahman Wahid merupakan mantan presiden Republik Indonesia, dan KH. Salahuddin Wahid sebagaimana tokoh nasional pembela Hak Asasi Manusia. Dengan adanya ke empat tokoh tersebut membuat suasana makam di pondok pesantren Tebuireng selalu ramai dengan pengunjung yang ingin berziarah.⁸⁹

Banyaknya pendatang ke pesantren Tebuireng, hal ini membuat pihak pesantren untuk terus meningkatkan kualitas pesantren dan menjaga agar pandangan masyarakat terhadap pondok pesantren Tebuireng tetap baik. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan kepada bapak Lukman Hakim sebagai berikut⁹⁰:

“Dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pondok pesantren Tebuireng, pondok pesantren Tebuireng menanamkan kepada santrinya agar berusaha bersikap baik yang memiliki peran dalam masyarakat dan mampu mengamalkan ilmunya untuk masyarakat. Dengan hal ini, masyarakat akan mulai melihat pesantren sebagai lembaga agama yang baik dan mampu mencetak alumni yang unggul. Kami selalu menanamkan kepada para santri ataupun alumni, untuk selalu menjaga almamater nama baik pondok pesantren Tebuireng dengan mengutamakan akhlak yang baik.”

⁸⁹ Observasi, (25 Februari 2020) Pesantren Tebuireng

⁹⁰ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kewajiban santri dalam menjaga nama baik pondok pesantren ini tercantum dalam peraturan pondok pesantren Tebuireng yang terdapat dalam buku panduan santri Pesantren Tebuireng yang tepatnya terdapat dalam pasal lima tentang kewajiban umum.⁹¹

Buku panduan santri digunakan sebagai salah satu bentuk perencanaan humas untuk mengenalkan santri pada aturan dan nilai-nilai pesantren Tebuireng agar santri lebih bias menjaga dan menahan dirinya dalam melakukan pelanggaran. Hal ini juga dianggap mampu membantu kinerja humas dalam menjaga dan mengubah karakter santri agar lebih baik lagi dari sebelumnya sekaligus memudahkan humas dalam menetapkan tujuan-tujuan yang di inginkan pesantren.

Adanya penetapan tujuan humas digunakan sebagai pedoman humas dalam mencapai target citra pesantren yang diinginkan. Setelah adanya penetapan tujuan, pihak humas kemudian membuat suatu rancangan program kerja yang mana mampu mengubah kepribadian dan karakter santri dengan menjunjung tinggi lima prinsip dasar Tebuireng yakni; ikhlas, jujur, bekerja keras, toleransi dan tanggung jawab.

b) Program Kerja Humas

Perencanaan dalam fungsi manajemen humas pada lembaga pendidikan berbasis pesantren ialah bentuk kesepakatan dari

⁹¹ Observasi, (25 Februari 2020) Pesantren Tebuireng

seluruh anggota lembaga pendidikan mengenai hal yang harus dicapai pesantren. Tanpa adanya pedoman yang berupa program kerja yang terencana, pihak humas akan sulit dalam melakukan tindakan dan mudah kehilangan arah.

Terdapat beberapa hal penting bagi humas dalam melakukan sebuah perencanaan humas. Diantaranya merupakan penetapan sebuah target operasi yang dilakukan humas mampu menjadi tolak ukur dalam pencapaian hasil yang diinginkan. Selain itu dengan prioritas program-program humas guna mampu menentukan jumlah dan waktu pelaksanaan program yang tepat. Berikut merupakan pernyataan dari bapak selaku direktur pesantren Tebuireng⁹²:

“Seluruh pimpinan memiliki peran baik pengasuh, mudir, kepala sekolah memiliki perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang. Adapun bentuk dari perencanaan itu adanya sebuah program, yang mana setiap pengurus pondok harus merancang program-program pesantren selama satu tahun mengenai kegiatan apa saja yang akan dijalankan, kemudian kepala pondok akan memberikan SOP yang berisi tugas tugas kinerja dan pengembangan diri para ustadz dan seluruh warga pondok yang harus dijalankan.”

Dari pernyataan diatas dapat dipahami bahwa dalam sebuah perencanaan, perlu membuat susunan program humas. Susunan

⁹² Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

program tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan citra pesantren sebagai tingkat popularitas pesantren. Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan dalam membuat susunan program humas, sebagaimana indikator tersebut meliputi; jenis kegiatan, sasaran, tujuan, pelaksana dan waktu pelaksanaan.

Pernyataan diatas diperkuat oleh Bapak Iskandar selaku kepala pondok pesantren tebuireng menyatakan bahwa⁹³:

“Setiap pengurus pesantren harus merencanakan sebuah program yang sesuai dengan lima dasar tebuireng yang akan disetujui oleh kepala pondok, kepala pondok meminta persetujuan kepada mudir, mudir meminta persetujuan ke direktur, dan direktur mendiskusikan bersama pengasuh pondok. Program tersebut harus jelas tujuannya, harus bermanfaat bagi santri dan tidak boleh melanggar ketentuan yang telah ditetapkan oleh pesantren”

Dari pernyataan kepala pondok diatas dapat disimpulkan perencanaan kegiatan atau program humas harus diadakan dengan jelas dan sesuai dengan ketentuan pesantren serta mendapatkan perizinan kegiatan dari pengasuh. Perizinan kegiatan merupakan sebuah hal penting mendasar sebelum diadakannya kegiatan. Karena pimpinan pondok pesantren sebagai pembimbing dan pengawas kegiatan program-program yang telah dijalankan agar

⁹³ Wawancara, Kepala Pondok Pesantren Tebuireng, Iskandar (Tebuireng 3 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

tidak keluar dari nilai-nilai menyimpang dan mempunyai kemanfaatan bagi santri-santriwati. Berikut beberapa program humas dalam membangun citra pondok pesantren Tebuireng Jombang:

Table 4.1

Program Humas Dalam Membangun Citra Pesantren

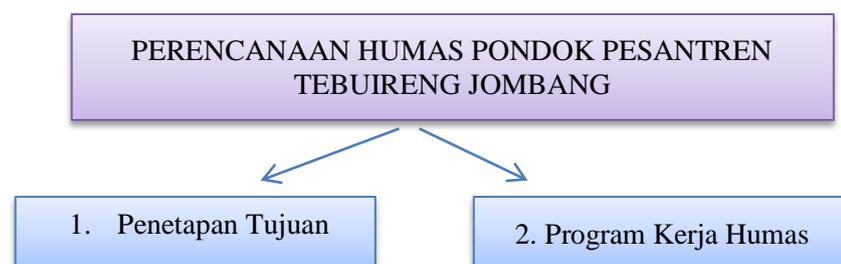
No.	Program Kerja Humas	Deskripsi	Citra Pesantren yang dibangun
1.	Majelis Amni	Majelis Amni merupakan sebuah program yang dibangun oleh Pondok Pesantren Tebuireng untuk menjaga keamanan dan ketertiban pondok dan menindak lanjuti adanya pelanggaran yang dilakukan oleh santri.	Menghasilkan santri-santriwati yang disiplin
2.	Majelis Ilmi	Majelis ilmu merupakan program yang dibangun pesantren Tebuireng dengan tujuan mengatur adanya kegiatan pengajian santri, mengondisikan asatidz dalam setiap pengajian dan merekap absen pengajian santri.	Menjadikan santri yang cerdas baik dalam bidang agama maupun umum,
3.	Tahfidzul Qur'an	Tahfidzul Qur'an merupakan salah satu program yang mewadahi santri-santriwatinya	Hafidz-hafidzah

		yang ingin menghafalan al-Qur'an.	
4.	Madrasah Diniyah	Program madrasah diniyah merupakan salah satu program yang wajib dalam kegiatan pesantren. Dengan adanya kegiatan ini sebagaimana bentuk ciri khas lembaga pendidikan berbasis pesantren yang ada di Indonesia. Kajian-kajian kitab salaf sebagaimana mengajarkan dan mendedikasi para santri untuk mendalami keilmuan agama.	Menjadikan santri-santriwati yang memiliki pengetahuan agama.
5.	Ekstrakurikuler	Ekstrakurikuler merupakan sebuah program yang dibangun oleh Pondok Pesantren Tebuireng dengan tujuan mampu mengembangkan kemampuan bakat dan minat siswa yang sesuai dengan bidangnya. Pengembangan potensi ini sangat berdampak baik terhadap kemajuan potensi santri.	Mengembangkan bakat dan minat santri untuk menjadi santri yang unggul, kreatif dan inovatif
6.	Pendalaman Bahasa Asing	Pendalaman Bahasa asing merupakan kegiatan yang menaungi	mahir berbahasa Arab dan Inggris

		<p>santri untuk aktif belajar Bahasa arab dan inggris. Pesantren Tebuireng merupakan salah satu pesantren yang selalu membuat progress untuk santrinya dengan terus mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan. Program Bahasa ini dilakukan supaya mampu mengembangkan kemampuan Bahasa santri-santriwati.</p>	
7.	Seminar Motivasi	<p>Seminar motivasi merupakan salah satu program tahunan yang diadakan oleh Pondok Pesantren Tebuireng dengan menghadirkan tokoh-tokoh nasional atau alumni-alumni yang mampu menggugah semangat santri dalam belajar dan mencapai apa yang dicitakannya.</p>	<p>Membangkitkan semangat santri dengan memberikan dorongan emosional dalam meraih cita-cita</p>
8.	Haflah Akhirrussanah	<p>Haflah akhirrussanah merupakan salah satu acara puncak atau pelepasan para santri. Berbagai penghargaan akan diumumkan pada acara ini dengan dihadiri</p>	<p>Mempererat hubungan silaturahmi keluarga pesantren dengan keluarga santri atau masyarakat.</p>

		oleh para wali santri.	
9.	Peringatan Hari Besar Islam	Acara PHBI ini merupakan salah satu acara tahunan yang diadakan oleh pondok pesantren Tebuireng dengan maksud untuk memperingati hari besar islam. Acara ini biasa dilakukan dengan menghadirkan beberapa tokoh sekaligus menampilkan kreasi-kreasi santri.	Menjadikan santri yang religious dan kreatif
10.	Unit Kebersihan Lingkungan Pesantren	Unit ini menjadi salah satu program yang wajib dalam pesantren, dengan maksud untuk menjaga kebersihan dan keindahan pondok agar terbangun sebuah kenyamanan di dalam pesantren.	Menjadikan santri yang peduli dengan kebersihan dan kesehatan.

dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan mengenai perencanaan humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menghasilkan temuan data temuan sebagai berikut:



Sumber Data: Hasil wawancara dan observasi Pondok Pesantren
Tebuireng Jombang

2. Pelaksanaan Humas Pesantren Tebuireng

Publikasi pondok pesantren tebuireng menjadi salah satu cara dalam meraih citra pesantren. Kegiatan dan hasil karya santri bisa ditampilkan dimedia offline maupun online. Dengan adanya karya santri diharapkan masyarakat luas lebih mengenal pesantren dan memberikan manfaat positif bagi pesantren. Berikut pernyataan bapak Iskandar selaku kepala pondok pesantren tebuireng sebagai berikut⁹⁴.

“Selain publikasi citra dilingkungan pesantren. Saya sebagai kepala pondok pesantren dan beserta para pengurus lainnya dan para santri memperkenalkan karya kita kepada masyarakat. Karya yang ditampilkan seperti pengembangan diri santri yang sudah ada wadahnya masing-masing. Seperti: Kubahireng, Kopiireng, Kudaireng, Pengembangan Bahasa, Majelis Ilmi, Majelis Amni.”

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa pemeran karya pondok pesantren disini sebagai salah satu cara untuk meraih citra pesantren. Publikasi karya pondok dilakukan dengan berbagai macam cara. Diantaranya adalah pengembangan diri santri seperti:

⁹⁴ Wawancara, Kepala Pondok Pesantren Tebuireng, Iskandar (Tebuireng 3 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

Kubahireng, Kudaireng, Kopiireng, Pengembangan Bahasa. Majlis Ilmi seperti: Madrasah Diniyah. Majlis Amni seperti: Ketertiban Pondok. Disinilah santri bisa menampilkan karya kepada masyarakat. Pelaksanaan tersebut menjadi salah satu strategi pondok pesantren dalam membangun citra. Kemudian kegiatan lainnya seperti peringatan hari besar Islam, Seminar tokoh nasional dan talk show santri untuk memotivasi santri pondok pesantren tebuireng Dan masih banyak kegiatan lainnya yang menjadi strategi pondok pesantren tebuireng dalam meraih citra.

Berdasarkan wawancara dengan bapak KH.Lukman Hakim BA, Selaku mudir pesantren tebuireng mengataka⁹⁵;

“Pesantren tebuireng memiliki program yang bisa membangkitkan semangat para santri, saya sebagai mudir pesantren memberikan arahan kepada setiap pengurus untuk membuat wadah untuk santri berekspresi, wadah yang kami siapakan ini untuk berdakwah di berbagai bidangnya jadi santri harus siap untuk mengambil perannya masing-masing.”

Untuk memperkuat data di atas peneliti melakukan observasi tentang pelaksanaan humas pondok pesantren tebuireng⁹⁶.

“Memang ada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pondok pesantren tebuireng, seperti yang dikatakan oleh bapak mudir dan

⁹⁵ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

⁹⁶ Observasi, (1 maret 2020) Pesantren Tebuireng

kepala pondok. Kegiatan tersebut memberikan dampak positif bagi para santri dari mulai pengembangan diri, seminar tokoh nasional dan talk show santri. itu merupakan salah wadah yang diberikan oleh pondok pesantren tebuireng”

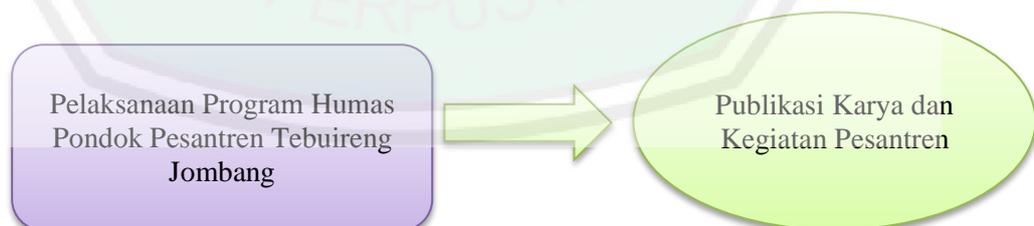
Tabel 4.2

Publikasi Karya Dalam Membangun Citra Pesantren

No.	Program Kerja Humas	Deskripsi	Citra Pesantren yang dibangun
1.	Seminar Motivasi	Seminar motivasi merupakan salah satu program tahunan yang diadakan oleh Pondok Pesantren Tebuireng dengan menghadirkan tokoh-tokoh nasional atau alumni-alumni yang mampu menggugah semangat santri dalam belajar dan mencapai apa yang dicitakannya.	Membangkitkan semangat santri dengan memberikan dorongan emosional dalam meraih cita-cita
2.	Tahfidzul Qur'an	Tahfidzul Qur'an merupakan salah satu program yang mewadahi santri-santriwatinya yang ingin menghafalan al-Qur'an.	Hafidz-hafidzah
3.	Ekstrakurikuler	Ekstrakurikuler merupakan sebuah program yang dibangun oleh Pondok Pesantren Tebuireng dengan tujuan mampu mengembangkan	Mengembangkan bakat dan minat santri untuk menjadi santri yang unggul, kreatif dan inovatif

		kemampuan bakat dan minat siswa yang sesuai dengan bidangnya. Pengembangan potensi ini sangat berdampak baik terhadap kemajuan potensi santri.	
4.	Peringatan Hari Besar Islam	Acara PHBI ini merupakan salah satu acara tahunan yang diadakan oleh pondok pesantren Tebuireng dengan maksud untuk memperingati hari besar islam. Acara ini biasa dilakukan dengan menghadirkan beberapa tokoh sekaligus menampilkan kreasi-kreasi santri.	Menjadikan santri yang religious dan kreatif

Dari hasil wawancara dan observasi mengenai pelaksanaan program humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menghasilkan data temuan sebagai berikut:



Sumber Data: Hasil observasi dan wawancara Pondok Pesantren Tebuireng Jombang

3. Hasil Citra Pesantren Bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang

Dalam sebuah program kegiatan memiliki beberapa hasil yang sesuai dengan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Hasil merupakan sebuah dampak dari adanya kegiatan. Setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan, maka akan timbul sebuah dampak yang dirasakan oleh lembaga dan warga pada lembaga tersebut. Hal ini akan memberikan korelasi antara pihak lembaga dengan santri-santri pada lembaga tersebut. Bagi pondok pesantren dampak positif yang diperoleh seperti peningkatan jumlah santri dan daya saing pesantren, kemudian dampak yang diperoleh bagi santri adalah memperoleh fasilitas yang baik sebagai penunjang proses belajar-mengajar yang akan mengasah kemampuan santri-santri dan membawa pada prestasi-prestasi santri.

Santri akan terus berprestasi apabila selalu mendapat dukungan dari lembaga atau pesantren tersebut, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lulusan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Hal ini juga sesuai dengan apa yang disampaikan bapak KH.Lukman Hakim BA, Selaku Direktur Pesantren Tebuireng Mengatakan⁹⁷:

“Pondok Tebuireng ini tidak akan bisa berkembang tanpa perjuangan dari setiap pemimpinnya. Seperti yang dilakukan

⁹⁷ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

mulai dari KH. Hasyim Asy'ari hingga Gus Sholah dalam memimpin pesantren ini. Kami terus mewadahi setiap kreativitas santri agar menjadi santri yang mampu bersaing dengan masyarakat luar. Hal ini ternyata mampu memberikan kontribusi positif dalam peningkatan santri.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Ali Subhan selaku Penjamin Mutu Pesantren Mengatakan⁹⁸:

“Pondok Pesantren Tebuireng sudah mendapatkan kepercayaan yang tinggi oleh masyarakat, hal ini dikarenakan banyaknya alumni yang menjadi orang-orang besar atau tokoh agama dan nasional.”

Hal ini menunjukkan bahwa dampak dari citra pesantren sangat berkembang dengan baik. Berikut merupakan beberapa hasil citra pesantren yang telah dibangun oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang:

a. Peningkatan Jumlah Santri

Pesantren yang memiliki citra baik akan lebih memiliki daya tarik dalam mendapatkan calon santri-santriwati dan wali santri dalam penerimaan peserta didik baru. Hal ini terjadi pada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, yang mana selalu mengalami peningkatan jumlah santri setiap tahunnya. Salah satu faktor tersebut karena pesantren memiliki nama atau citra yang baik di kalangan masyarakat.

⁹⁸ Wawancara, Penjamin Mutu Pesantren. Ali Subhan (2 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

Berikut merupakan pernyataan dari Bapak Iskandar selaku Kepala Pondok Pesantren Tebuireng Mengatakan⁹⁹:

”seperti yang sudah saya jelaskan tadi, bahwasanya dengan memberikan sebuah fasilitas dan pelayanan yang baik maka penilaian santri dan wali santri terhadap pesantren juga akan meningkat, dengan begitu mereka akan menceritakan hal itu kepada orang lain, selain itu kita juga punya yang mempublikasikan kegiatan-kegiatan kita agar diketahui masyarakat sehingga akan menambah daya tarik pesantren yang secara tidak langsung juga berdampak pada peningkatan jumlah santri baru pada setiap tahunnya.”

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa Pondok Psantren Tebuireng Jombang sangat mengutamakan fasilitas, pelayanan dan kenyamanan para santri. Hal ini sesuai dengan teori Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto yang menyatakan bahwa dalam teori strategi manajemen bahwa usaha Lembaga melaksanakan kegiatan operasionalnya yang menjadi lamdasan utama dalam segi layanan. Semakin baik suatu layanan maka semakin baik pula citra Lembaga tersebut.¹⁰⁰ Dengan meningkatkan pelayanan

⁹⁹ Wawancara, Kepala Pondok Pesantren Tebuireng. Iskandar (4 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

¹⁰⁰ Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 112

maka akan menimbulkan kepuasan pada santri yang mana akan meningkatkan citra Pondok Pesantren Tebuireng.

Peningkatan pelayanan merupakan bentuk dari strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra pesantren melalui penyediaan produk atau kebutuhan santri, memberikan fasilitas yang memuaskan serta menjalin komunikasi dengan masyarakat umum melalui berbagai media. Hal ini sesuai dengan teori Saka Abadi yang menyatakan bahwa manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengevaluasian program-program yang akan dilaksanakan oleh pesantren.¹⁰¹ Maka dengan melakukan pemuasan pelayanan dan pemberian informasi kepada masyarakat mampu meningkatkan citra Pondok Pesantren Tebuireng.

Kegiatan humas Pondok Pesantren Tebuireng dengan melakukan promosi secara langsung kepada para santrinya dan juga terdapat humas yang memiliki kegiatan publikasi melalui media website, social media ataupun lainnya. Strategi tersebut dilakukan Pondok Pesantren Tebuireng merupakan keharusan yang akan memberikan manfaat yang besar bagi perkembangan pesantren. Sebagaimana hasil dari wawancara

¹⁰¹ Saka Abadi, *Marketing public Relations: Upaya Memenangkan Persaingan*, 1994, (Jakarta: Lembaga Manajemen FEUL) h. 46

dari bapak Lukman Hakim selaku Direktur Pesantren Tebuireng Mangatakan¹⁰²:

“Bagi kita, melakukan hal seperti tadi yaitu peningkatan kualitas dan publikasi kepada masyarakat itu adalah keharusan dalam menjalankan manajemen pondok ini, jika tidak dilakukan maka orang lain tidak akan mengetahui perkembangan pondok Tebuireng, disamping itu masyarakat juga akan mengetahui bahwa pesantren ini selalu melakukan evaluasi dari tahun ke tahun.”

Maka dengan melakukan kegiatan seperti evaluasi dan publikasi diharapkan akan mampu menambah pencapaian citra pesantren secara utuh, sehingga masyarakat akan memberikan penilaian yang baik terhadap pesantren. Dengan adanya strategi manajemen yang dijalankan oleh humas, hal ini diharapkan mampu menambah eksistensi perkembangan pesantren di kalangan publik.

Eksistensi pesantren akan membawa kemajuan pesantren dengan semakin dikenalnya pesantren maka akan menaikkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren yang akan berdampak pada kenaikan jumlah santri pada tiap tahunnya.

¹⁰² Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

Hal ini dipaparkan oleh bapak Iskandar selaku Kepala Pondok Pesantren Tebuireng¹⁰³:

“Pesantren Tebuireng terus mengalami jumlah kenaikan santri dalam tiap tahunnya, hal ini akan membawa dampak positif bagi perkembangan pesantren. Dan hal ini menandakan bahwa kepercayaan masyarakat juga semakin meningkat.”

Pemaparan tersebut menandakan bahwa terdapat perkembangan positif pesantren yang ditandai dengan adanya peningkatan jumlah santri setiap tahunnya. Berikut merupakan grafik data santri-santriwati Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mulai dari ajaran 2013/2014 – 2017/2018.

Tabel 4.1 Grafik Santri Pesantren Tebuireng

Tahun Ajaran	Jumlah Santri
2016/2017	1312
2017/2018	1425
2018/2019	1815
2019/2020	2.007
2020/2021	2.398

Banyaknya santri yang mendaftardi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sebagaimana wujud dari citra positif yang dimiliki oleh pesantren. Selain itu juga terdapat strategi dalam menjaring santri baru. Untuk memperkuat data diatas,

¹⁰³ Wawancara, Kepala Pondok Pesantren Tebuireng. Iskandar (Tebuireng 4 April 2020) kantor Pesantren Tebuireng

peneliti melakukan observasi sebagai berikut¹⁰⁴:

“Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dalam mempromosikan jasa layanan pendidikan melalui media online dan offline. Baik melalui youtube, website resmi, instagram dan lain-lain yang berisi tentang mengaji kitab, kajian-kajian Islam hingga aktivitas Pesantren Tebuireng dengan tokoh-tokoh nasional maupun internasional.”¹⁰⁵

b) Daya Saing Pesantren

Cara dalam meningkatkan daya saing yaitu dengan meningkatkan kualitas pendidikan secara kontinue. Sehingga mampu meningkatkan kualitas mampu berjalan secara berkesinambungan dan menjadi daya tarik utama bagi pengguna jasa pendidikan pesantren dengan memberikan layanan pendidikan yang berkualitas sehingga mampu mengembangkan kemampuan santrinya baik secara akademik maupun non akademik. Berikut merupakan hasil dari wawancara dengan bapak Iskandar selaku kepala pondok mengatakan bahwa¹⁰⁶:

“Mengembangkan nama baik pesantren itu perlu, tetapi lebih baiknya lagi apabila pesantren mampu memberikan kualitas jasa layanan pendidikan pesantren dengan sebaik

¹⁰⁴ Observasi, (4 April 2020) Pondok Pesantren Tebuireng

¹⁰⁵ Irfan Maulana, Observasi (Kantor yayasan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, 15 April 2020

¹⁰⁶ Wawancara, Kepala Pondok Pesantren Tebuireng. Iskandar (4 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

mungkin. Kita harus mampu mengembangkan potensi yang dimiliki santri dengan memfasilitasi hal tersebut. Dengan pengembangan potensi tersebut akan mulai memunculkan prestasi-prestasi siswa yang akan menambah daya saing pesantren Tebuireng.”

Dari pemaparan data diatas dapat dilihat bahwa pesantren yang memiliki citra yang baik akan memiliki daya saing dengan pesantren lainnya. Maka dari itu, citra yang baik perlu dibangun dan dikembangkan agar mampu menanamkan kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas pendidikan agama dan umum yang bagus dan layak sebagai tempat putra-putrinya untuk menjadi tempat mencari ilmu. Untuk meningkatkan daya saing dengan sekolah lain, pesantren Tebuireng terus berupaya meningkatkan layanan pendidikan dengan menyeimbangkan antara pendidikan agama dengan pendidikan umum yang beracuan pada lima dasar nilai pesantren Tebuireng, yakni: Ikhlas, jujur, pekerja keras, toleransi dan tanggung jawab.

Pernyataan diatas diperkuat oleh bapak Ali Subhan selaku penjamin mutu pesantren tebuireng mengatakan bahwa¹⁰⁷:

“Pondok Pesantren Tebuireng selalu berusaha meningkatkan kualitas pendidikannya dengan melakukan

¹⁰⁷ Wawancara, Penjamin Mutu Pesantren. Ali Subhan (2 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

berbagai program-program baik akademik maupun non akademik, hal ini diharapkan mampu mengembangkan potensi santri-santriwati Tebuireng. Selain itu kita juga tetap mengembangkan program-program yang berbau pesantren”.

Hal ini menunjukkan bahwa pesantren Tebuireng selalu meningkatkan kualitas pendidikan di dalam pesantren. Dimana pesantren terkenal dengan pelajaran agama, namun dalam pesantren Tebuireng menyeimbangkan antara pengetahuan Islam atau agama dengan pengetahuan umum sebagai bekal santri untuk hidup. Berdasarkan data dari lapangan, program-program dalam pesantren tersebut meliputi: kajian Islam, ekstrakurikuler, seminar dengan tokoh nasional, pengembangan motivasi santri, dan lain sebagainya.

Pernyataan ini juga diperkuat oleh bapak KH. Lukman Hakim selaku direktur pondok pesantren tebuireng mengatakan bahwa¹⁰⁸:

“Di Tebuireng banyak sekali kegiatannya, biar santri bisa mengembangkan hobi dan potensi, seperti ngaji diniyyah, kajian-kajian Islam, ekstrakurikuler banjari, qiro’ah, dan program pondok lainnya. Di Tebuireng setiap tahun juga mengadakan seminar nasional dengan

¹⁰⁸ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

mendatangkan tokoh-tokoh nasional atau alumni-alumni yang sukses membawa nama baik Tebuireng.”

Dengan meningkatkan kualitas pendidikan tersebut, dilakukan untuk mengembangkan potensi santri-santriwatinya agar mampu bersaing dengan santri-santriwati pondok pesantren lain. Hal ini akan menambah citra pesantren Tebuireng dan mengakar kuat dalam masyarakat bahwa lulusan Pondok Pesantren Tebuireng adalah lulusan yang baik dan mampu diandalkan. Sehingga kepercayaan masyarakat bahwa Pondok Pesantren Tebuireng mampu membentuk produk yang baik di masyarakat.

Tanpa adanya program-program yang dikembangkan, Pondok Pesantren tidak akan mampu berkembang dengan baik. Hal tersebut dikuatkan oleh teori Gregory G. Dess, bahwa strategi manajemen terdiri dari adanya sebuah analisis, keputusan, dan tindakan organisasi dalam rangka menciptakan dan mempertahankan keunggulan yang kompetitif.¹⁰⁹ Hal tersebut bersangkutan dengan adanya persaingan kualitas dan keunggulan yang berdaya kompetitif, dimana Pesantren Tebuireng terus berusaha meningkatkan kualitas lulusan-lulusan Tebuireng sebagai penunjang daya saing pesantren.

¹⁰⁹ Gregory G. Dess, GT., Alan B. Eisner Lumpkin, *strategic Management: Creating, Competitive Advantages*, (New York: Mc Graw-Hill Companies, 2007), 11

Persaingan antar pesantren semakin atraktif. Meningkatkan daya saing pesantren merupakan hal yang mutlak dilakukan. Pesantren sebagai penyedia jasa layanan pendidikan yang berbasis agama perlu memiliki inisiatif untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan survey yang disertai indikator-indikator yang telah ditentukan. Dan hasil survey yang telah ditemukan, direktur Pondok Pesantren Tebuireng mengatakan pelanggan puas terhadap layanan pendidikan di Pondok Pesantren Tebuireng.

Untuk memperkuat data diatas, peneliti melakukan rangkaian kegiatan observasi. Berikut hasil observasi yang telah peneliti lakukan:

“Pondok Pesantren Tebuireng Jombang merupakan salah satu dari ke empat pesantren terbesar dan tertua di Jombang, diantaranya merupakan Pondok Pesantren Tambakberas Jombang, Pondok Pesantren Denanyar Jombang dan Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang. Meski di Jombang terdapat beberapa pesantren besar, akan tetapi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang memiliki daya tarik dan daya saing tersendiri dalam penerimaan peserta didik dan prestasi santri dalam

berbagai *event*. Pencapaian prestasi santri baik prestasi akademik maupun non akademik yang begitu banyak merupakan cerminan pesantren yang memiliki citra baik. Sehingga masyarakat akan mulai mempercayai kualitas pendidikan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.”

Berikut beberapa prestasi santri-santriwati Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dalam berbagai perlombaan:

Tabel 4.3

**Prestasi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang
Tahun 2019**

No.	NAMA	PRESTASI
1.	Eris Girasto	Juara III KMNR-14 Tingkat Kabupaten
2.	Mahdiah Rifqi Amalia	Juara IV KMNR-14 Tingkat Kabupaten Jombang
3.	Himmayatussorofil Maulida	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik 12 Tingkat Nasional
4.	Siti Nadiatul Hasanah	Juara III Kaligrafi Tingkat Provinsi
5.	Tahmidah Inszia Rahma	Juara IV English Olympiad Tingkat Provinsi
6.	Dian Ajeng Syarifa Alkaunaini	Juara IV Taqdimul Qishoh Tingkat Provinsi
7.	Khoridah Annabila	Juara I Atmosfer 2017 Tingkat Kabupaten
8.	Ahmad Rizal Fauzi	Juara I Lari 100M Tingkat Kecamatan
9.	Muhaimin Ilyas	Juara I Tartil Putra Tingkat Kecamatan
10.	Mizwal Aulia	Finalis ISEF (Lomba Karya

	Wulandari	Tulis Ilmiah Al-Qur'an Tingkat Nasional
11.	Sholihu Ma'sum Dimiyati	Juara II ISEF (Lomba Cerdas Cerdas Islam) Tingkat Nasional

Dari tabel diatas diketahui bahwa Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mampu bersaing dalam prestasi dengan pesantren-pesantren lain yang terdapat di Jawa Timur. Hal ini akan mampu menghasilkan lulusan-lulusan yang memiliki daya saing dalam hal berprestasi dan kompetensi di dalam dunia kerja maupun masyarakat. Berikut merupakan hasil wawancara dari bapak Lukman hakim selaku direktur pondok pesantren tebuireng mengatakan bahwa¹¹⁰:

“Pesantren kita semakin dikenal oleh masyarakat sebagai pesantren memberikan jasa layanan pendidikan yang baik dan berkualitas. Hal ini akan meningkatkan prestasi-prestasi santri dan menjadi pesantren rujukan bagi pesantren-pesantren lain.”

Hal ini membuktikan bahwa Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mampu berdaya saing dalam prestasi mulai dari tingkat kecamatan hingga tingkat internasional sehingga mampu menjadi rujukan bagi cabang-cabang pesantren Tebuireng atau pesantren-pesantren lainnya.

¹¹⁰ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

c) Meningkatkan Efektivitas Strategi Humas

Citra pesantren yang baik akan meningkatkan efektivitas strategi humas dalam melakukan kegiatan publikasi pesantren. Salah satu bentuk adanya peningkatan efektivitas strategi humas adalah dengan mengukur dan mengetahui seberapa bagus citra yang dimiliki oleh pesantren tersebut. Pengukuran citra yang baik dengan melalui beberapa indikator yang telah disiapkan sebelumnya.

Peningkatan strategi humas ini dapat dikenali pada saat pendaftaran santri baru dengan kenaikan jumlah pendaftar pada tiap tahunnya. Sehingga humas tidak berusaha keras agar menarik kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Terdapat beberapa hal yang disampaikan oleh bapak Iskandar selaku kepala pondok pesantren tebuireng mengatakan bahwa¹¹¹:

“Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sudah terkenal dimana-mana sejak dahulu, jadi para Kyai tidak perlu terlalu berlebihan dalam mempublikasikan Pondok.”

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak Ali Subhan selaku penjamin mutu pesantren tebuireng mengatakan bahwa¹¹²:

¹¹¹ Wawancara, kepala pondok Pesantren. Iskandar (4 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

¹¹² Wawancara, Penjamin Mutu Pesantren. Ali Subhan (2 April 2020) Kantor Pesantren Tebuireng

”Pondok ini sudah memiliki jaringan yang luas dan membuktikan kualitas pelayanan pendidikannya, sehingga masyarakat sudah mempercayakan pendidikan di Tebuireng.”

Pondok Pesantren Tebuireng memiliki jaringan sumber jaringan yang luas, sehingga peran humas dalam mengembangkan citra pesantren lebih terasa ringan. Dengan adanya hal tersebut membuat Pondok Pesantren Tebuireng Jombang memfokuskan pada kualitas pembelajaran santri agar mampu mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki oleh santri untuk membantu meningkatkan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Peningkatan citra juga membawa dampak positif bagi kinerja humas, hal membantu dalam peningkatan efektivitas strategi humas dalam mengembangkan citra. Hal ini disampaikan oleh bapak Lukman Hakim Selaku direktur pesantren tebuireng bahwa¹¹³:

“Pondok Tebuireng InsyaAllah sudah dipercaya banyak dari kalangan masyarakat, sehingga peran humas hanya membantu kelancaran publikasi pesantren. Karena yang menjadi symbol utama dalam ketertarikan masyarakat adalah tokoh atau pemimpin pesantren Tebuireng.”

¹¹³ Wawancara, Direktur Pesantren Tebuireng KH. Lukman Hakim BA (Tebuireng 31 maret 2020) di rumah beliau

Sebagai salah satu pendorong dalam peningkatan efektivitas humas yaitu dengan adanya tokoh-tokoh nasional yang berasal dari Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yang telah diakui oleh masyarakat dalam dan luar negeri. Berikut merupakan beberapa pahlawan nasional yang berasal dari Pondok Pesantren Tebuireng Jombang:

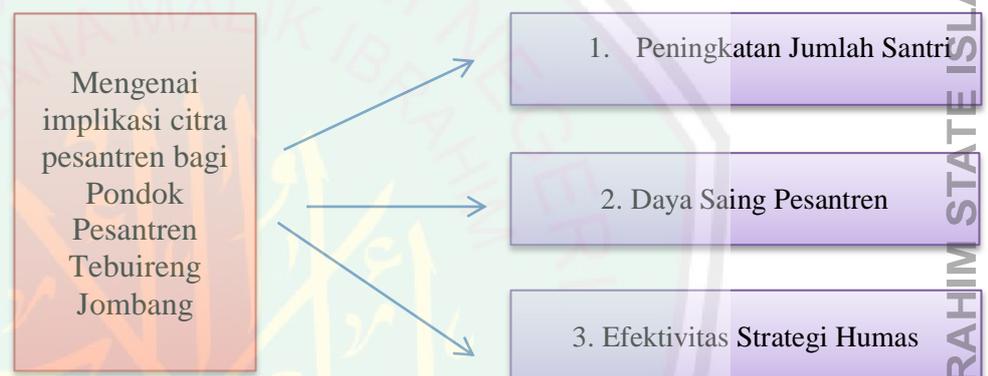
Tabel 4.4 Tokoh Pahlawan Nasional di Tebuireng

No.	Nama	Gelar
1.	KH. Hasyim Asy'ari	Tokoh Nasional
2.	KH. Wahid Hasyim	Tokoh Nasional
3.	KH. Abdurrahman Wahid	Presiden RI Ke-4
4.	KH. Salahuddin Wahid	Tokoh Nasional

Latar belakang pemimpin Pesantren Tebuireng adalah seorang tokoh-tokoh Nasional, sehingga membuat nama pesantren Tebuireng semakin terkenal di masyarakat dan tidak pernah sepi dikunjungi masyarakat meski untuk sekedar berziarah ke makam tokoh pahlawan Indonesia. Hal tersebut akan selalu menjadi daya tarik masyarakat untuk memasukan putra-putrinya ke Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menuntuk ilmu agama dan juga umum. Sehingga mengakibatkan pada kenaikan jumlah santri baru pada tiap tahunnya. Kedua dampak tersebut akan membawa dampak lagi yakni meningkatkan efektivitas strategi humas dalam mengembangkan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Hal ini diperkuat dengan adanya teori yang dikemukakan oleh

Hadari Nawawi bahwa strategi manajemen yang efektif merupakan perencanaan besar yang berorientasi pada masa depan sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang berkualitas dengan diarahkan pada optimalisasi target pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.¹¹⁴

Dari hasil wawancara dan observasi mengenai implikasi citra pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, menghasilkan data temuan sebagai berikut:



Sumber Data: Hasil Observasi dan wawancara di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang

C. Temuan Penelitian

1. Perencanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng

a) Penetapan Tujuan

- Mampu mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.
- Dasar pelayanan pendidikan yang baik.

¹¹⁴ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah: dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, Press, 2005), 176-177

- Mengembangkan mental santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.
- Mampu mengembangkan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.
- Menjalinkan kerjasama yang baik dengan masyarakat.
- Pedoman humas dalam mencapai target yang akan dicapai.

b) Program Kerja Humas

- Majelis Amni
- Majelis Ilmi
- Tahfidzul Qur'an
- Madrasah Diniyah
- Ekstrakurikuler
- Pendalaman Bahasa Asing
- Seminar Motivasi
- Haflah Akhirussanah
- Peringatan Hari Besar Islam
- Unit Kebersihan Lingkungan Pesantren

2. Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren Tebuireng

a) Publikasi Karya dan Kegiatan Santri

- Seminar Motivasi
- Tahfidzul Qur'an
- Ekstrakurikuler
- Peringatan Hari Besar Islam

3. Hasil Citra Pesantren Bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang
 - a) Peningkatan Jumlah Santri
 - b) Memiliki Daya Saing Pesantren
 - c) Meningkatkan Efektivitas Strategi Humas



BAB V

PEMBAHASAN

A. Perencanaan Humas Pondok Pesantren

Perencanaan humas yang dilakukan bermula pada proses penetapan tujuan pesantren. Penetapan tujuan merupakan pernyataan yang dilakukan dengan usaha untuk menciptakan sebuah nilai-nilai tertentu melalui kegiatan yang akan dilaksanakan oleh organisasi pada suatu lembaga. Tujuan organisasi yang menjadi harapan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang adalah menyiapkan generasi masa depan yang memiliki kepribadian dan karakter kuat dengan mengamalkan lima nilai dasar Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, yakni: Ikhlas, kerja keras, jujur, tanggung jawab dan toleransi.

Dalam penetapan tujuan tersebut, humas melibatkan pimpinan-pimpinan beserta seluruh staff Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Semua kegiatan diarahkan pada tujuan dan makna pesantren yang digunakan untuk menarik minat masyarakat kepada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Menurut Johnson, dkk dalam Syafaruddin berpendapat bahwa perencanaan merupakan suatu rangkaian kegiatan yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan perencanaan yang telah disusun tersebut mampu diolah dan masukkan ke dalam visi, misi, strategi, tujuan dan sasaran organisasi yang pada tingkat awal menggunakan pengambilan keputusan.¹¹⁵

Dalam proses perencanaan tersebut, hal yang perlu diperhatikan adalah unsur masyarakat. Masyarakat disini merupakan bagian dari pelanggan

¹¹⁵ Syafaruddin. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. (Jakarta: Pt Ciputat Pers, 2005), 62-63

pesantren yang harus disegani dan dilayani dengan baik agar masyarakat puas terhadap produk yang dicetak dan dihasilkan oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Menurut Grunig dan Hunt, Humas sebagai informasi publik model ini menggunakan pendekatan *public be informed* dimana informasi dikirim keluar oleh sebuah organisasi atau lembaga. Dalam bentuk model seperti ini, praktisi *public relation* atau humas lebih mengutamakan pada pendekatan persuasi dalam penyampaian informasi yang jujur dan akurat kepada masyarakat tanpa bertujuan memeralat public dan dilakukan untuk memberi informasi yang baik untuk di komunikasikan langsung kepada masyarakat.¹¹⁶

Perencanaan Humas	Hasil Perencanaan Humas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Penetapan Tujuan 2. Program Kerja Humas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan citra serta pedoman humas dalam mencapai target yang diharapkan oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. 2. Rangkaian jenis program kerja sebagai wadah aktivitas dan kreativitas santri.

Ketika penetapan tujuan pesantren sudah ditentukan bersama, maka langkah berikutnya yakni membuat program-program humas yang berupa kegiatan-kegiatan pesantren untuk mencapai tujuan yang di harapkan. Penetapan-penetapan tujuan dilakukan agar program-program yang telah direncanakan sebelumnya memiliki pedoman dan target yang harus dikejar sehingga tidak keluar dari jalur yang ditetapkan. Dalam menetapkan tujuan,

¹¹⁶ Slamet Mulyadi. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan, Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul (STAIN Curup – Bengkulu)*, vol. 2, no. 2, 2018, 126

humas melakukan rancangan rencana kegiatan berdasarkan kesepakatan seluruh pihak yang terkait, sehingga mampu mengantisipasi masalah yang timbul akibat perbedaan. Tujuan merupakan sebuah hal yang akan ditempuh oleh humas dalam mencapai keinginan yang diharapkan.

Kegiatan selanjutnya yaitu humas harus memperhatikan program kerja dan kinerja humas apakah selaras dengan tujuan organisasi. Oleh karena itu, memahami dan mendukung kinerja humas merupakan salah satu hal penting agar humas bekerja dengan sebaik mungkin dalam menyusun program-program humas. Untuk menyusun kerja humas, humas harus memahami detail komunikasi yang baik. Karena komunikasi yang baik merupakan bentuk dari kinerja humas yang baik, sehingga mampu merealisasikan program-program kerja yang sesuai dengan target.

Dalam penyusunan program kerja humas, humas Pondok Pesantren Tebuireng Jombang harus memperhatikan enam elemen dasar sebagai tolak ukur keberhasilan program kerja humas, yakni:

1. uraian atau jenis kegiatan,
2. sasaran,
3. indikator keberhasilan,
4. sumber dana,
5. waktu,
6. pelaksana.

Dari beberapa elemen dasar tersebut dapat dijadikan sebagai pertimbangan keputusan dalam meraih citra pesantren yang diharapkan. Disamping itu, beberapa aspek humas dalam menyusun perencanaan yaitu:

1. Hasil yang ingin diharapkan,
2. Orang yang akan melaksanakan,
3. Waktu dan skala prioritas,
4. Dana.¹¹⁷

Dari beberapa elemen dasar program kerja humas tersebut, secara umum bertujuan untuk membentuk relasi yang baik antara Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dengan masyarakat agar menciptakan sebuah hubungan yang harmoni yang mana akan membentuk sebuah citra positif pesantren di masyarakat. Dengan adanya citra positif pesantren, maka masyarakat akan mulai memberikan kepercayaan kepada pesantren dalam mendidik putra-putrinya. Kepercayaan yang ditanamkan masyarakat kepada pesantren merupakan sebagai sumber penguat berdirinya Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, hal ini dibuktikan dengan sejarah Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yang terus ada karena dukungan dari masyarakat.

Menurut Rosady yang dikutip oleh Nasution, terdapat beberapa tahapan program humas dalam merencanakan program kerja sebagaimana berikut:

1. Menganalisis perilaku-perilaku yang hubungan dengan organisasi atau lembaga terhadap lingkungan sekitar,
2. Menentukan dan memahami perilaku-perilaku individu atau kelompok dalam suatu organisasi atau lembaga,
3. Menganalisis opini public,
4. Mampu memberi antisipasi dari masalah-masalah yang timbul,
5. Mampu membuat rumusan-rumusan kebijakan yang baik,

¹¹⁷ Didin Hafifuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), 77-78

6. Merencanakan sebuah teknik yang sesuai guna mampu meningkatkan dan merubah perilaku-perilaku kelompok masyarakat agar tepat sasaran,
7. Menjalankan segala aktivitas yang sesuai dengan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya,
8. Mampu menerima *feedback* sebagai bahan evaluasi dalam melakukan adaptasi.¹¹⁸

Berdasarkan hasil dari data diatas, hal tersebut diperkuat oleh teori dari Syaifuddin S. Gasing dan Suryanto juga menjelaskan bahwa tahapan-tahapan dalam membentuk program kerja humas terdapat lima elemen yakni:

1. Strategi dan penentuan media, strategi dan penentuan media merupakan hal utama dalam membuat susunan program kerja agar tepat sasaran.
2. Pengumpulan data, data yang digunakan dalam membentuk program kerja humas berasal dari informasi lisan atau tertulis, media sosial, sejarah dan lain sebagainya.
3. Analisis data, analisis dilakukan dengan membuat pertimbangan antara kekuatan dan kelemahan data yang diperoleh.
4. Pelaksanaan, setelah membuat strategi, pengumpulan data dan analisis data, selanjutnya adalah melakukan pelaksanaan program yang telah direncanakan tersebut.
5. Evaluasi, evaluasi merupakan bagian akhir yang dilakukan setelah melakukan dan menyelesaikan pelaksanaan program kerja. Hal ini

¹¹⁸ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), 95

dilakukan sebagai perbaikan dan follow up program kerja yang telah dilakukan.¹¹⁹

Langkah-langkah program kerja humas dilakukakan agar perencanaan program kerja humas tersusun dan berjalan dengan baik. Sebagaimana dalam proses perencanaan program-program untuk membantu mengembangkan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menurut Soetopo, bahwa suatu usaha yang dilakukan tanpa rencana akan sulit di inginkan. Hal ini mampu menimbulkan berbagai macam perbedaan yang akan timbul dalam proses perencanaan, yaitu: kegiatan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan, sebagaimana melakukan berbagai cara yang efektif dan efisien. Demikian, kegiatan tersebut dilakukan tentang siapa saja yang melakukan dengan berbagai macam kemungkinan-kemungkinan.¹²⁰

Pelaksanaan suatu program harus jelas sebagaimana tujuan suatu kegiatan dan siapa yang akan dituju. Hal ini sebagai dasar pertimbangan dalam pembentukan sebuah program yang akan dijalankan. Pemilihan pelaksana adalah kunci keberhasilan terlaksananya sebuah program, apabila yang menjalankan program tersebut lalai maka akan berdampak buruk pada jalannya program-program yang telah direncanakan sebelumnya. Karena pada dasarnya, berhasil atau tidaknya perencanaan program juga dipengaruhi oleh keseriusan kinerja anggotanya dalam melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan.

Dalam melaksanakan proses perencanaan harus disertai dengan

¹¹⁹ Syaiffuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relations* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 74

¹²⁰ Muhammad Abdul QOhar, *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Sekolah (Strategi Multikasus di MtsN dan SMPN 1 Srono Banyuwangi)*, Tesis, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 138

komitmen yang kuat. Tanpa adanya komitmen yang baik dari humas dan pimpinan-pimpinan pihak yang terkait, maka hal tersebut tidak akan berjalan dan bekerja dengan baik. Maka dari itu, motivasi kepada seluruh anggota humas dan pimpinan-pimpinan Pondok Pesantren Tebuireng supaya melakukan proses yang baik. Proses yang baik dapat dilakukan apabila seluruh pihak saling bekerja sama secara optimal, yang mempunyai komitmen dan istiqomah dalam pekerjaannya. Disamping itu, juga membutuhkan personalia yang bermutu dan berdedikasi tinggi pada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sebagai wujud cinta dan pengabdian pada pesantren. Adanya wujud cinta dan pengabdian yang ikhlas kepada pesantren dalam membawa pada keberhasilan program kerja humas untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

B. Pelaksanaan Humas Pondok Pesantren

Pelaksanaan kegiatan program humas di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang tidak lepas dari perencanaan yang telah dibuat. Sulistyorini menjelaskan bahwa pelaksanaan adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk memberikan kesenangan, pengertian, dan kegiatan sehingga orang lain mau mendukung dan bekerja secara sukarela dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi atau lembaga yang telah disesuaikan dengan pekerjaan yang dilakukannya.¹²¹ Pelaksanaan bertujuan untuk mendorong anggota-anggota organisasi agar dapat mengemban tugas-tugas

¹²¹ Sulistyorini. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. (Yogyakarta: Teras, 2009), 31

dengan antusias yang baik.¹²² Dalam penerapan sebuah citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yakni melakukan publikasi karya pondok pesantren. Kegiatan publikasi karya dan kegiatan tersebut mencakup banyak kegiatan yaitu Majelis Amni, Majelis Ilmi, Tahfidzul Qur'an, Madrasah Diniyah, Ekstrakurikuler, Pendalaman Bahasa Asing, Seminar Motivasi, Hafilah Akhirrussanah, Peringatan hari besar Islam, dan Unit Kebersihan Lingkungan Pesantren. Hal ini merupakan salah satu rancangan program kegiatan humas yang harus dilaksanakan dengan baik. Dalam beberapa proses pelaksanaan ada beberapa poin yang menjadi kunci yaitu: 1. Partisipasi, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, 2. Komunikasi yang baik dan efektif, 3. Evaluasi.¹²³ Proses pelaksanaan tersebut dilakukan sebagai bahan dasar acuan dalam melakukan pelaksanaan humas agar tidak keluar arah dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Secara garis besar kegiatan program Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mengacu pada tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan, setelah semua telah terlaksana oleh pengurus Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Beberapa program kegiatan yang telah meraih citra pondok pesantren adalah sebagai berikut:

No.	Program Kerja	Hasil Program kerja
1.	Seminar Motivasi	Meningkatkan popularitas pesantren.
2.	Tahfidzul Qur'an	Meningkatkan daya saing pesantren serta mampu memperoleh lulusan penghafal al-Qur'an.

¹²² Zulkarnain Nasution. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan.* (Malang: UMM Press, 2010), 13

¹²³ George R. Terry, *Asas-asas Manajemen*, (Bandung; PT. Alumi, 2012),39

3.	Madrasah Diniyah	Meningkatkan kualitas pendidikan agama para santri.
4.	Ekstra Kulikuler	Sebagai wadah pengembangan minat bakat santri.
5.	Peringatan Hari Besar Islam	Meningkatkan popularitas pesantren dalam masyarakat.

1. Seminar Motivasi

Seminar motivasi merupakan salah satu program yang diadakan oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dengan menghadirkan tokoh-tokoh nasional atau alumni-alumni yang mampu menggugah semangat santri dalam belajar dan mencapai apa yang dicitakannya. Seminar sangat membantu dalam memotivasi para santri untuk membangkitkan semangat belajar untuk menata masa depannya. Dengan menghadirkan tokoh-tokoh yang populer dan berprestasi dapat menambah semangat juang para santri untuk menimba ilmu di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang agar mampu mengikuti jejak para alumni yang berprestasi.

Tujuan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mengadakan kegiatan seminar motivasi untuk membangkitkan semangat para santri agar bisa mencontoh jejak dakwah para tokoh nasional atau alumni yang memberikan motivasi di dalam seminar tersebut. Seminar motivasi tersebut bisa menambah bekal santri ketika sudah lulus dan bisa berdakwah sesuai lima nilai dasar Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yaitu: Jujur, Ikhlas, Kerja keras, Tanggung jawab, dan Toleransi.

Penanaman lima nilai dasar Pondok Pesantren Tebuireng Jombang tercermin dalam berbagai aktivitas sehari-hari santri dalam membantu menyiapkan generasi masa depan yang memiliki kepribadian dan karakter yang kuat. Maka dari itu, para santri mendapatkan berbagai macam bimbingan langsung dari para pembinanya. Sehingga semua yang dilakukan dalam pesantren tidak hanya menekankan pada proses pengaplikasian, melainkan juga pada pemberian contoh yang dilakukan oleh para pembina dan Kyai yang ada dalam pesantren.

2. Tahfidzul Qur'an

Tahfidzul Qur'an merupakan salah satu program yang mawadahi santri-santriwatinya yang ingin menghafalan al-Qur'an. Program Tahfidz ini merupakan salah satu program yang banyak menarik minat masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Oleh karena itu, Pondok Pesantren Tebuireng Jombang terus berusaha mengembangkan program unggulan ini dengan mencari berbagai macam metode untuk para calon penghafal al-Qur'an agar mampu menghafal dengan mudah.

Dengan adanya program unggulan ini, membawa dampak positif bagi citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, dimana masyarakat akan mengenal bahwa Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mempunyai lulusan santriwan santriwati yang hafal al-Qur'an sehingga mampu mendorong antusiasme masyarakat dan menjadikan lulusan santri Tebuireng yang berkualitas dan dipercaya masyarakat.

3. Madrasah Diniyah

Program madrasah diniyah merupakan salah satu program yang wajib dalam kegiatan pesantren. Dengan adanya kegiatan ini sebagaimana bentuk ciri khas lembaga pendidikan berbasis pesantren yang ada di Indonesia. Kajian-kajian kitab salaf sebagaimana mengajarkan dan mendedikasi para santri untuk mendalami keilmuan agama.

Madrasah diniyah merupakan salah satu program unggulan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, hal ini sebagai program utama dalam pembelajaran agama yang dilakukan oleh para santri untuk mendalami ilmu agama sebagai bekal kehidupannya. Kegiatan ini sebagai kegiatan yang dicanangkan humas untuk menghasilkan santri yang religious dan berbudi pekerti yang baik. Disamping itu, Pondok Pesantren Tebuireng Jombang juga mengimbangi hal tersebut dengan menanamkan nilai-nilai nasionalisme kepada santri untuk selalu bangga terhadap Indonesia.

Hal itu dilakukan karena pada zaman sekarang maraknya modernisasi dan westernisasi yang mampu merusak kepribadian akhlak dan moral generasi muda, apabila jika tidak dipupuk dan dibiasakan dalam pesantren, dikhawatirkan akan mulai hilang dikemudian hari sehingga terkikisnya nilai dan adab yang baik pada generasi muda.

4. Ekstra kulikuler

Ekstra kulikuler merupakan sebuah program yang dibangun oleh

Pondok Pesantren Tebuireng dengan tujuan mampu mengembangkan kemampuan bakat dan minat siswa yang sesuai dengan bidangnya. Pengembangan potensi ini sangat berdampak baik terhadap kemajuan potensi santri. Ektrakurikuler tersebut meliputi akademik dan non-akademik. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan santri baik secara akademik maupun diluar akademik. Karena setiap potensi individu sangat berbeda-beda.

Ekstra kulikuler yang bersifat akademik merupakan kegiatan diluar sekolah dan madrasah diniyyah yang mengarah pada kajian-kajian akademik baik ilmu pengetahuan umum maupun agama. Berikut diantara ektrakuliler akademik adalah mengikuti kelas yang berhubungan dengan pelajaran sekolah seperti matematika, bahasa arab, bahasa inggris, dan lain sebagainya. sedangkan ekstra kulikuler yang bersifat non-akademik yaitu kegiatan yang tidak berhubungan dengan akademik, melainkan lebih mengembangkan kepada potensi, hobi atau bakat yang dimiliki seperti: banjari, qiro'ah, olahraga, dan lain sebagainya.

Dengan adanya pengembangan ekstra kulikuler tersebut, akan memberikan dampak kontribusi positif bagi citra pesantren. Bahwasanya pesantren merupakan tempat bagi santri yang ingin mendalami ilmu agama, melainkan Pondok Pesantren Tebuireng menawarkan sejumlah program untuk mewedahi santri-santrinya dengan mengasah kemampuan yang dimilikinya.

5. Peringatan Hari Besar Islam

Acara PHBI ini merupakan salah satu acara tahunan yang diadakan oleh pondok pesantren Tebuireng dengan maksud untuk memperingati hari besar islam. Acara ini biasa dilakukan dengan menghadirkan beberapa tokoh sekaligus menampilkan kreasi-kreasi santri. Oleh karena itu, acara ini merupakan salah satu acara besar yang diadakan oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Pada acara ini mampu memberikan kontribusi positif bagi psikologis santri yang terkadang jenuh oleh kegiatan pesantren, dengan berkumpulnya para santri dalam satu tempat yang dihadiri oleh para tokoh dan masyayikh diyakini mampu memberikan dampak positif pada psikologis santri.

Selain acara Peringatan Hari Besar Islam, acara peringatan-peringatan lainnya yaitu seperti acara haul para masyayikh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dengan tujuan untuk selalu mengenang perjuangan-perjuangan awal yang dilakukan oleh pendiri dan penerus Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sebagai wujud penghormatan dan cinta kepada para Kyai-kyai terdahulu.

Dari kegiatan pelaksanaan publikasi karya diatas merupakan salah satu bentuk kegiatan dan sasaran humas dalam mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotion public cause*).¹²⁴ Hal ini dilakukan sebagai pendorong minat dan kepercayaan masyarakat dalam pencapaian tujuan humas yang diinginkan. Penerapan pelaksanaan kegiatan humas ini akan

¹²⁴ Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relation*. 30

terlaksana dengan baik apabila adanya komitmen dan dorongan positif dari humas dan berbagai pihak baik ke dalam maupun keluar, hal ini dilakukan akan tercapainya sebuah tujuan dari pelaksanaan yang diinginkan.

C. Hasil Citra Pesantren bagi Pesantren

Dari citra yang di harapkan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang hingga strategi-strategi manajemen yang diterapkan humas dalam meraih citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang berhasil positif bagi perkembangan pesantren. Hasil citra pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang adalah peningkatan jumlah santri, memiliki daya saing dan meningkatkan efektivitas strategi humas. Peningkatan jumlah santri merupakan dampak yang baik dalam menaikkan eksistensi pesantren dari tahun ke tahun. Kenaikan jumlah santri dari tahun ke tahun ini membutuhkan waktu yang lama dan hal ini tidak lepas dari peran humas. Karena semua kegiatan dan program humas mengarah pada pengembangan citra yang baik untuk pesantren, sehingga dengan citra yang baik tersebut mampu menarik kepercayaan masyarakat baik internal maupun eksternal yang akan berdampak pada peningkatan jumlah santri dan daya saing Pondok Pesantren Tebuireng Jombang serta efektivitas strategi manajemen humas.

No.	Hasil Citra Pondok Pesantren Tebuireng
1.	Peningkatan Jumlah Santri
2.	Peningkatan Daya Saing Pesantren
3.	Efektivitas Strategi Manajemen Humas

Peningkatan jumlah santri dikarenakan adanya hasil citra yang baik atau positif pesantren. Karena dengan adanya citra positif yang dimiliki Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, banyak orang tua ataupun calon santri yang ingin mendaftarkan diri ke pesantren tersebut. Hal ini terlihat dari peningkatan calon santri pada setiap tahunnya. Banyaknya jumlah santri-santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menjadi suatu daya tarik masyarakat kepada pesantren ini. Dan menanamkan kepercayaan bahwa Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sangat diminati masyarakat karena kualitas Pendidikan dan pelayanannya yang bagus. Selain peningkatan kualitas Pendidikan dan pelayanan, humas juga harus memperhatikan citra yang telah dikembangkan. Citra yang telah mengalami perkembangan positif harus selalu dijaga agar tidak mengalami kemunduran perkembangan.

Untuk menjaga citra positif yang dimiliki Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, humas bekerja dengan baik mulai dari perencanaan hingga pada penentuan pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan. Humas Pondok Pesantren Tebuireng Jombang terus berusaha untuk menciptakan opini publik yang baik agar mendapatkan kesan positif dari masyarakat. Adanya kesan positif dari masyarakat tersebut mampu mendapatkan nilai jual yang sangat tinggi, sehingga humas harus selalu menjamin kepercayaan yang diberikan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Tebuireng Jombang agar tidak mengecewakan. Hal ini sesuai dengan teori Saka Abadi yang menyatakan bahwa manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengevaluasian program-program yang akan dilaksanakan

oleh pesantren.¹²⁵ Maka dengan melakukan peningkatan pelayanan Pendidikan dan pemberian informasi kepada masyarakat mampu meningkatkan citra Pondok Pesantren Tebuireng yang berdampak pada peningkatan jumlah santri baru.

Kualitas pesantren merupakan nilai jual yang tinggi dalam pengembangan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Sebagaimana Pondok Pesantren Tebuireng Jombang merupakan salah satu pesantren ternama di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Jombang. Dengan adanya citra positif pesantren yang menginternalisasi pada masyarakat, hal ini membuat masyarakat memiliki kepercayaan dan loyalitas yang tinggi pada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Kepercayaan yang telah tertanam dalam masyarakat memberikan kontribusi positif akan dukungan dari masyarakat kepada pesantren dalam meningkatkan pelayanan yang diberikan oleh pondok pesantren. Disamping peningkatan kualitas pelayanan Pendidikan, pesantren juga terus meningkatkan kualitas para santri dengan membentuk sikap dan karakter santri agar menjadi pribadi yang berakhlakul kharimah, mencetak santri yang unggul, berprestasi dan berdedikasi tinggi pada masyarakat.

Hal tersebut merupakan sumber daya tarik masyarakat terhadap Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yang mana mampu meningkatkan jumlah pendaftar santri baru pada setiap tahunnya. Dari adanya peningkatan jumlah santri baru, maka akan berdampak pada kuantitas santri di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Sehingga banyak santri yang berasal dari daerah maupun

¹²⁵ Saka Abadi, *Marketing public Relations: Upaya Memenangkan Persaingan*, 1994, (Jakarta: Lembaga Manajemen FEUL) h. 46

luar daerah yang menimbah ilmu di pesantren tersebut. Dari banyaknya santri dengan keragaman pemikiran dan hobi, hal ini membuat munculnya banyak prestasi-prestasi yang diperoleh oleh pesantren yang akan menambah citra positif pesantren sebagai pesantren yang memiliki pelayanan kualitas Pendidikan yang baik.

Kualitas Pendidikan yang baik mampu membawa pesantren kepada kemajuan lembaga yang memperoleh predikat baik di kalangan pesantren lainnya dan mencetak generasi penerus bangsa yang unggul dan mencerdaskan bangsa agar terlepas dari dunia kebodohan. Oleh sebab itu, kualitas layanan Pendidikan menjadi salah satu ikon yang menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah santri pada Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Kemudian, implikasi positif dari citra pesantren adalah daya saing pesantren. Daya saing pesantren adalah bentuk dari sebuah lembaga atau organisasi yang memiliki kualitas SDM baik dengan kompetensi yang dimilikinya. Daya saing Pondok Pesantren Tebuireng Jombang adalah mampu bersaing dalam hal prestasi akademik maupun non-akademik. Prestasi yang diraih oleh santri-santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menuai banyak apresiasi dari masyarakat internal maupun eksternal. Prestasi yang diraih santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang meliputi perlombaan baik akademik maupun non-akademik dan prestasi dari tingkat kecamatan hingga tingkat internasional.

Dengan banyaknya prestasi yang diperoleh oleh para santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, hal ini akan menambah eksistensi citra yang

baik dan memiliki daya saing dengan pesantren lainnya. Maka dari itu, citra yang baik perlu dibangun dan dikembangkan agar mampu menanamkan kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas pendidikan agama dan umum yang bagus dan layak sebagai tempat putra-putrinya untuk menjadi tempat mencari ilmu. Oleh karena itu, peningkatan layanan pendidikan dengan menyeimbangkan antara pendidikan agama dengan pendidikan umum yang beracuan pada lima dasar nilai pesantren Tebuireng, yakni: Ikhlas, jujur, pekerja keras, toleransi dan tanggung jawab merupakan salah satu program menarik yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang sebagai salah satu ciri khas pesantren tersebut. Ciri khas yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang mampu menjadi daya saing dan daya tarik masyarakat kepada pesantren.

Daya tarik yang di tonjolkan yaitu adanya program-program yang dikembangkan sebagai bentuk dari pelaksanaan Pondok Pesantren tidak akan mampu berkembang dengan baik tanpa disertai peningkatan layanan pendidikan. Hal tersebut dikuatkan oleh teori Gregory G. Dess, bahwa strategi manajemen terdiri dari adanya sebuah keputusan dari tindakan organisasi atau lembaga dengan maksud mempertahankan kualitas dan keunggulan yang baik.¹²⁶ Hal tersebut bersangkutan dengan adanya persaingan kualitas dan keunggulan yang berdaya kompetitif, dimana Pondok Pesantren Tebuireng Jombang terus berusaha meningkatkan kualitas lulusan-lulusan Tebuireng sebagai penunjang daya saing pesantren. Kualitas lulusan atau alumni merupakan salah satu strategi yang efektif dalam

¹²⁶ Gregory G. Dess, GT., Alan B. Eisner Lumpkin, *strategic Management: Creating, Competitive Advantages*, (New York: Mc Graw-Hill Companies, 2007), 11

mempublikasikan informasi-informasi yang dimiliki humas.

Selanjutnya dampak dari citra positif yang disertai dengan peningkatan jumlah santri dan daya saing pesantren adalah meningkatkan efektivitas strategi manajemen humas dalam mengembangkan citra pondok pesantren. Dengan adanya peningkatan jumlah santri dan daya saing pesantren, hal ini akan membuat pesantren semakin meningkatkan strategi manajemen pesantren agar berjalan dengan baik. Peningkatan manajemen yang baik tidak lepas dari adanya usaha dan kinerja humas beserta seluruh pihak terkait Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dalam menjaga citra dan nama baik pesantren untuk terus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan citra positif tidak lepas dari bentuk pengelolaan manajemen pesantren yang baik sehingga mampu meningkatkan efektivitas strategi humas dalam mengembangkan citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Strategi manajemen Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dapat dinyatakan efektif apabila seluruh perencanaan mulai dari penetapan tujuan hingga perancangan program humas dan pelaksanaan berjalan dengan baik dan berimplikasi positif bagi perkembangan pesantren pada setiap tahunnya. Implikasi positif yakni dampak strategi humas terhadap kemajuan pesantren dalam memberikan pelayanan pendidikan. Salah satu bentuk hasil positif Pondok Pesantren Tebuireng Jombang yakni adanya peningkatan jumlah santri dan daya saing pesantren yang semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut terjadi karena adanya strategi humas yang efektif.

Sebagai salah satu pendorong dalam peningkatan efektivitas strategi humas adalah dengan adanya tokoh-tokoh nasional yang berasal dari Pondok Pesantren Tebuireng Jombang baik pendiri maupun penerusnya yang telah diakui oleh masyarakat dalam dan luar negeri. Dengan gelar dan nama baik yang melekat tokoh-tokoh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang, diyakini mampu menguatkan citra pesantren dan tingkat keberhasilan strategi manajemen yang bagus. Hal ini diperkuat dengan adanya teori yang dikemukakan oleh Hadari Nawawi bahwa strategi manajemen yang efektif merupakan perencanaan besar yang berorientasi pada masa depan sehingga mampu mengoptimalkan adanya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi yang berkualitas.¹²⁷

Upaya yang dilakukan humas dengan merencanakan strategi manajemen humas dalam membangun dan mengembangkan citra merupakan kumpulan ide yang harus dikembangkan oleh humas agar terus berinovasi dan menciptakan karya-karya atau program-program yang bagus untuk terus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan dan loyalitas masyarakat tersebut yang membawa pada kemajuan eksistensi pesantren dan peningkatan perkembangan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Kemajuan eksistensi pesantren dapat berdampak positif pada popularitas yang dimiliki pesantren, sehingga mampu menaikkan performa Pondok Pesantren Tebuireng Jombang dalam melakukan pelayanan Pendidikan yang bermutu.

Berdasarkan hasil dari data penelitian di pesantren terhadap implikasi nama baik pesantren bagi Pondok Pesantren Tebuireng Jombang menguatkan

¹²⁷ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah: dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, Press, 2005), 176-177

teori Arthur W. Page mengenai tentang citra merupakan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan nama baik melalui tahapan dan proses tanpa adanya rekayasa. Oleh sebab itu, citra datang melalui proses usaha yang panjang melalui keluasan komunikasi-komunikasi dan keterbukaan suatu lembaga. dari Syarifuddin S. disamping itu di kuatkan oleh teori dari Gassing dan Suryanto yang menjelaskan bahwa pesantren yang mempunyai kualitas dan kuat memiliki implikasi sebagai berikut:

1. Menjadi daya saing jangka pendek, menengah, dan panjang yang baik,
2. Membentuk perisai saat masa kritis,
3. Meningkatkan daya tarik yang baik,
4. Meningkatkan efektivitas pesantren,
5. Menghemat biaya operasional yang dikeluarkan pesantren.¹²⁸

¹²⁸ Syarifuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta, Andi, 2016), 159-160

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian data yang telah dipaparkan pada suatu fenomena yang ada di pondok pesantren jombang yang berkaitan dengan strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan strategi manajemen humas.

Pondok Pesantren Tebuireng Jombang melakukan kegiatan langkah awal yang dimulai dari penetapan tujuan. Penetapan tujuan sangat menentukan arah dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, setelah adanya penetapan tujuan pesantren maka langkah selanjutnya yaitu menyusun program kerja humas sebagaimana mampu mempertahankan eksistensi pesantren dengan memberikan sebuah pelayanan terbaik untuk para santrinya dan mengasah kemampuan serta mengembangkan mental para santri Tebuireng.

2. Pelaksanaan strategi manajemen humas.

Pondok Pesantren Tebuireng Jombang melaksanakan program humas dalam meraih citra yang diharapkan. Dengan melaksanakan publikasi karya dan kegiatan pondok pesantren seperti seperti: Seminar Motivasi, Pengembangan Bahasa Ektrakurikuler, Tahfidzul Qur'an, Peringatan hari besar Islam. Publikasi pondok pesantren tebuireng menjadi salah satu cara dalam meraih citra

pesantren. Dengan adanya publikasi karya dan kegiatan santri diharapkan masyarakat luas dapat lebih mengenal pesantren dan memberikan manfaat positif bagi pesantren.

3. Hasil Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.

Hasil merupakan sebuah dampak yang diperoleh dari adanya suatu kegiatan. Pondok Pesantren Tebuireng memiliki citra yang baik di masyarakat yang telah menjadi wadah para santri dalam belajar. Citra baik yang telah dibangun dan dikembangkan memiliki tujuan agar mampu menanamkan kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas pendidikan agama dan umum yang bagus dan layak sebagai tempat putra-putrinya untuk mencari ilmu. Hasil citra Pondok Pesantren Tebuireng berdampak pada peningkatan jumlah santri, daya saing, dan efektivitas strategi humas.

B. SARAN

1. Bagi pihak pondok pesantren tebuireng

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi dan referensi bagi pihak pesantren mengenai manajemen dan kinerja humas. Disamping itu, penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan pihak pesantren dalam pengembangan kualitas pendidikan dan daya saing Pondok Pesantren Tebuireng Jombang agar memiliki eksistensi dan mencapai tujuan pesantren yang diharapkan.

2. Bagi kepala pondok

Penelitian yang dilakukan ini agar mampu menjadi informasi dan

referensi dalam mengoptimalkan kinerja serta strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra pesantren.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dilakukan mengenai bagaimana strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang diharapkan mampu menjadi sumber rujukan bagi peneliti lain dan ditindak lanjuti oleh peneliti lain. Karena penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian yang terbatas pada proses penerapan strategi manajemen humas dalam membangun citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Qur'an Terjemah. (2012). *Kementrian Agama RI*. Banten: Majelis Ulama Indonesia
- Abadi, Saka. (1994). *Marketing public Relations: Upaya Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Lembaga Manajemen FEUL
- Arikunto, Suharsimi dan Yuliana, Lia. (2008). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- G. Dess, Gregory, GT., Alan B. Eisner Lumpkin. (2007). *Strategic Management: Creating, Competitive Advantages*. New York: Mc Graw-Hill Companies
- Hafifuddin, Didin dan Tanjung, Hendri. (2005). *Manajemen Syari'ah dalam praktek*. Jakarta: Gema Insani
- Iriantara, Yosol. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- J. Moloeng, Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations*, Cet.V. Jakarta: Grafiti
- Kusumastuti, Frida. (2002). *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Linggar Anggoro, M.. (2008). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- M. Cutlip, Scott dan Allen H. Center, Glenn M. Broom. (1999). *Effective Public Relation, Ed ke- 8*. NJ: Prentice Hall
- Miles, M. B. dan Humbernam Am. (1984). *An Expended Source Book, Kualitatif Data Analysis*. London: Sage Publication
- Miles, Mathew B. dan A. Hubernam. (2009). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UPI Press
- Moore, Frazier. (2005). *Humas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Mulyono. (2009). *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*,

- Jogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Nasution, Zulkarnain. (2010). *Manajemen Humas di lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press
- Nawawi, Hadari. (2005). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah: dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Qomar, Mujamil. (2007). *Manajemen Pendidikan Islam*. Erlangga: Gelora Aksara Pratama
- R. Terry, George. (2012). *Asas-asas Manajemen, cet. Ke 7*. Bandung: PT Alumni
- Rachmadi. (1996). *Public Relations, cet. 2*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- S. Gassing, Syaiffuddin dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Shafiyurrahman al-Mubarakfuri, Syaikh. (2011). *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sondang, Siagan. (2012). *Fungsi-fungsi Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (2005). *Kompetendi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sulistiyorini. (2009). *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep ,Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Teras
- Suryosubroto, B. (2012). *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Syafaruddin. (2005). *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Pt Ciputat

Pers

Syakur Chaniago, Nasrul. (2011). *Manajemen Organisasi*. Bandung: Citapustaka Media Perintis

Tisnawati Sule, Ernie dan Saefullah, Kurniawan. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media Grup

Uchjana Effendy, Onong. (1993). *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju

Wahjosumidjo. (2010). *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Tesis

Abdul Qohar, Muhammad. (2016). *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Sekolah (Strategi Multikasus di MtsN dan SMPN 1 Srono Banyuwangi)*. Tesis. UIN Maulanan Malik Ibrahim Malang

Nuriza Andi, Rosalina. (2008). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo* Tesis. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Suyanto, Agus. (2016). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang* Tesis. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Tukijan. (2016). *Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An – Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga* Tesis. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Jurnal

Ayu Ningrum, Tia. *Jurnal Bahana Manajemen pendidikan, Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Positif Persatuan Guru Agama Islam (PGA) Universitas Negeri Padang*, Vol. 8, No.3, 2018

Ikhwan, Afiful. *Penerapan Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam perpektif Islam*. Jurnal. Jurnal: Al-Hayat, Vol 02, No 01, 2018

Khoiruddin Muchtar dan Dedi Herdiana. *Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah: peran dan strategi humas dalam pembentukan Citra perguruan tinggi islam*.

Jurnal. (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung) Volume 15, Nomor 2, Desember 2016

Muchtar, Khoiruddin dan Herdiana, Dedi. *Jurnal* Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam (Universitas Sunan Gunung Djati Bandung) Vol. 15 No. 2 Bandung, Desember, 2016

Qoimah, *Jurnal* Membangun Pelayanan Publik Yang Prima: Strategi Manajemen Humas Dalam Penyampaian Program Unggulan Di Lembaga Pendidikan (Universitas Nurul Jadid), Vol. 01 No. 01 Probolinggo, Juli, 2018

Slamet Mulyadi. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan, Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul* (STAIN Curup – Bengkulu), vol. 2, no. 2, 2018

Ubaedullah, Dudun. *Jurnal* Strategi Membangun Citra Pesantren (Dosen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Dpk STAIN Darunnajah Jakarta, 3 (https://www.academia.edu/36105414/Strategi_Membangun_Citra_Pesantren) diakses pada tanggal 30 Januari 2020

Link

Lima dasar pesantren Tebuireng, <https://tebuireng.online/lima-nilai-dasar-pesantren-tebuireng/> (diakses jam 15 : 00 pada tanggal 29 januari 2020)