

**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT BERBASIS DIGITAL
UNTUK PENINGKATAN PUBLIKASI DAN PENCITRAAN PONDOK
PESANTREN SABILURROSYAD GASEK KOTA MALANG**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD SYIFA' NURDI

NIM. 19170024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2023

**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT BERBASIS DIGITAL
UNTUK PENINGKATKAN PUBLIKASI DAN PENCITRAAN PONDOK
PESANTREN SABILURROSYAD GASEK KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

OLEH

Muhammad Syifa' Nurdi

NIM. 19170024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “**Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatkan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang**” oleh **Muhammad Syifa’ Nurdi** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke sidang ujian pada tanggal 27 Februari 2023.

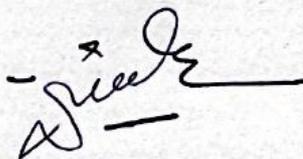
Dosen Pembimbing,



Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
NIP. 197501232003121003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Nurul Yaqien, S.Pd.I, M.Pd
NIP. 197811192006041001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatkan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang”** oleh **Muhammad Syifa’ Nurdi** ini dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Maret 2023.

Panitia Ujian

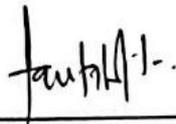
Ketua Sidang
Fantika Febry Puspitasari, M.Pd
NIP. 199202052019032015

Sekretaris Sidang
Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
NIP. 197501232003121003

Dosen Pembimbing
Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
NIP. 197501232003121003

Penguji Utama
Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 196606262005011003

Tanda Tangan









Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 196504031998031002

Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Muhammad Syifa' Nurdi
Lamp. : 4 (Empat) Eksemplar

Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
di-Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca serta mengoreksi skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Syifa' Nurdi
NIM : 19170024
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Maka selaku Pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
NIP. 197501232003121003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Syifa' Nurdi
NIM : 19170024
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital
untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan Pondok
Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya yang telah ditulis atau diterbitkan orang lain. Adapun pendapat atau temuan orang lain dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah dan dicantumkan dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi ini terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Malang, 01 Maret 2023

Hormat Saya,



Muhammad Syifa' Nurdi
NIM. 19170024

LEMBAR MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ

عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya :

“Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha

Mengetahui, Maha Teliti.” (QS. Al-Hujarat : 13)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kami ucapkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala karena atas segala rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan laporan ini untuk menyelesaikan tugas akhir S1 (Strata-1) atau skripsi di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya diucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, S.Pd.I, M.Pd selaku Kepala Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Muhammad Amin Nur, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing sejak awal belajar di perkuliahan berbagai ilmu di bidang Manajemen Pendidikan Islam, hingga dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Ibu Devi Pramitha, M.Pd dan staf lainnya di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membantu mengingatkan dan memproses keperluan akademik selama di perkuliahan.
6. Abah Kyai Marzuqi Mustamar dan keluarga selaku pengasuh Pondok Pesantren Sabilurrosyad

7. Mas Abdullah Amjad selaku ketua Pondok Pesantren Sabilurrosyad yang telah memberi izin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian skripsi ini sebagai sarana mendapat ilmu pengetahuan, pengalaman dan kesempatan untuk meneliti terkait manajemen kurikulum.
8. Mas Arie Muhammad Dliyauddin selaku Direktur Gasek Multimedia yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait pengelolaan kurikulum.
9. Seluruh crew Gasek Multimedia yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait pengelolaan kurikulum.
10. Segenap Guru, Pak Kyai/Ibu Nyai, Ustadz/ah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang telah mendidik dengan ikhlas dan sebaik-baiknya.
11. Segenap dosen di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah ikhlas mendidik dan menyalurkan ilmu pengetahuan selama ini.

Segala upaya telah dilakukan untuk menyusun laporan ini, namun tidak mustahil apabila dalam laporan ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang dapat dijadikan masukan dalam menyempurnakan laporan penelitian skripsi ini.

Malang, 01 Maret 2023
Penulis,

Muhammad Syifa' Nurdi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Besar Nabi Muhammad SAW. Beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Karya tulis yang berupa skripsi ini penulis persembahkan untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan.

1. Alm. Bapak Sukardi dan Ibu Nurul Aini sebagai orang tua terbaik, yang tidak pernah lelah menyayangi, mendidik dan mendukung cita-cita luhur anak-anaknya.
2. Teman-teman yang tergabung dalam komunitas warga masyarakat Joyogrand yang menjadi teman ngopi dan jalan-jalan.
3. Teman-teman mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2019 yang telah bersama-sama berjuang, sharing dan saling support ketika belajar di perkuliahan.
4. Teman-teman di berbagai Organisasi Mahasiswa serta komunitas lainnya yang telah memberi banyak pengalaman yang menginspirasi untuk menjadi team yang lebih baik.
5. Senior-senior yang telah memberi energi positif, memotivasi agar hal buruk yang pernah dialami jangan sampai terjadi kembali dan memberi strategik dalam menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan sesuai dengan pengalaman.

6. Teman-teman lainnya dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, namun semua orang yang telah berjasa tidak akan dilupakan dan pasti didoakan yang terbaik.

DAFTAR ISI

Lembar Pengajuan.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Nota Dinas Pembimbing	iv
Lembar Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Lembar Motto.....	vi
Kata Pengantar	vii
Halaman Persembahan	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii
Abstract arab	xviii
Pedoman Transliterasi.....	xix

BAB I

Pendahuluan	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Definisi Istilah.....	11

BAB II

Kajian Pustaka.....	13
A. Manajemen Hubungan Masyarakat.....	13
B. Pondok Pesantren	21
C. Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren.....	30
D. Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital.....	39

E. Publikasi Lembaga Pendidikan	45
F. Pencitraan Lembaga Pendidikan	46
G. Kajian Penelitian yang Relevan	48
H. Kerangka Berpikir	50
I. Pertanyaan Penelitian	51

BAB III

Metode Penelitian.....	52
A. Jenis Penelitian.....	52
B. Setting Penelitian	53
C. Unit Analisis	54
D. Sumber Data.....	54
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	55
F. Keabsahan Data.....	60
G. Analisis Data	61

BAB IV

Paparan Data dan Temuan Penelitian	64
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
B. Paparan Data Penelitian	66
C. Temuan Penelitian.....	95

BAB V

Pembahasan.....	103
A. Perencanaan Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad	103
B. Implementasi Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad	106
C. Hasil/Output Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad	110
D. Dampak Hubungan Masyarakat Berbasis Digital Untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad	111

BAB VI

Penutup.....	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	121
Daftar Rujukan	123
Lampiran	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan hubungan Masyarakat Konvensional dan Hubungan Masyarakat Digital	44
Tabel 2.2 Kajian Penelitian yang Relevan	48
Tabel 4.1 Jumlah Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	94
Tabel 4.2 Total <i>Insight</i> Media Sosial Pondok Pesantren Sabilurosyad	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Alur Komunikasi Hubungan Masyarakat Digital	42
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	50
Gambar 3.1 Triangulasi dengan Banyak Sumber (<i>multiple sources</i>)	61
Gambar 3.2 Triangulasi dengan Banyak Metode (<i>multiple methods</i>).....	61
Gambar 4.1 Akun Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	76
Gambar 4.2 Akun Twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad	77
Gambar 4.3 Akun Facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad	78
Gambar 4.4 Akun Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad	79
Gambar 4.5 Wbsite Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	81
Gambar 4.6 Akun Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad	81
Gambar 4.7 <i>Insight</i> Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	83
Gambar 4.8 <i>Insight</i> Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	83
Gambar 4.9 <i>Insight</i> Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	84
Gambar 4.10 <i>Insight</i> Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	85
Gambar 4.11 <i>Insight</i> Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	86
Gambar 4.12 <i>Insight</i> Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	86
Gambar 4.13 <i>Insight</i> Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	86
Gambar 4.14 <i>Insight</i> Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	87
Gambar 4.15 <i>Insight</i> Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad	88
Gambar 4.16 <i>Insight</i> Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad	89
Gambar 4.17 <i>Insight</i> Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad	89
Gambar 4.18 <i>Insight</i> Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad	90
Gambar 4.19 <i>Insight</i> Facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad	91
Gambar 4.20 <i>Insight</i> Twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	88
Gambar 4.21 <i>Insight</i> Website Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	88
Gambar 5.1 Kerangka Konseptual Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian	127
2. Dokumentasi Wawancara dengan Direktur Gasek Multimedia	128
3. Dokumentasi Wawancara dengan Staff Gasek Multimedia.....	128
4. Dokumentasi Kegiatan Gasek Multimedia.....	129

ABSTRAK

Nurdi, Muhammad Syifa'. 2023. *Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital Untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang*, Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Dr. Muhammad Amin Nur, M.a

Kata Kunci: Pondok Pesantren, Humas Berbasis Digital, Publikasi, Citra

Adanya percepatan informasi yang timbul dari adanya revolusi industri 4.0 secara tidak langsung telah mempengaruhi organisasi-organisasi untuk berlomba-lomba menggapai target dari kepentingan organisasi. Di sisi lain, masyarakat dalam menghadapi percepatan arus informasi ini, membuat mereka menyadari bahwa mereka membutuhkan berbagai informasi layanan berkualitas yang dibutuhkan. Fenomena ini menjadi peluang bagi organisasi maupun layanan publik untuk selalu memberikan informasi menarik terhadap masyarakat guna meningkatkan bentuk public relations mereka serta untuk memperbaiki citra organisasi atau lembaga. Pondok pesantren tidak boleh bersikap apatis dalam menyikapi era transformasi digital ini. Pondok pesantren harus bisa mengikuti era ini, dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah mendarah daging di masyarakat. Pondok pesantren perlu berbenah guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital. Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek merupakan pondok pesantren yang telah berhasil mengimplementasikan media sosial sebagai sarana hubungan masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui; (1) perencanaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital; (2) implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital; (3) hasil manajemen hubungan masyarakat berbasis digital; dan (4) dampak hubungan masyarakat berbasis digital untuk peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren.

Adapun pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis studi kasus. Penelitian dilakukan mulai bulan Januari - Februari 2023 di Pondok Pesantren Sabilurrosyad melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan, teknik analisis datanya adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian ini adalah; (1) perencanaan diawali dengan penentuan tujuan, analisis permasalahan, dan perencanaan program; (2) implementasi dilaksanakan dengan penyusunan strategi, pelaksanaan strategi, pengawasan strategi, dan evaluasi strategi; (3) hasil dari manajemen humas berbasis digital ini adalah konten-konten informatif yang disebarluaskan melalui media sosial; (4) manajemen hubungan masyarakat berdampak pada peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren. adapun dampaknya bagi pondok pesantren adalah peningkatan jumlah santri, pondok pesantren menjadi pesantren rujukan multimedia, keuntungan ekonomis dari adsense, dan bantuan-bantuan operasional dari masyarakat pemerintah serta alumni.

ABSTRACT

Nurdi, Muhammad Syifa'. 2023. *Digital-Based Public Relations Management for Improving Publication and Imaging at the Sabilurrosyad Gasek Islamic Boarding School, Malang City*, Thesis, Management of Islamic Education Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training Maulana Malik Ibrahim Islamic State University Malang. Advisor: Dr. Muhammad Amin Nur, M.a

Keywords: Boarding, Digital-Based Public Relations, Publications, Image

The acceleration of information arising from the industrial revolution 4.0 has indirectly influenced organizations to compete to reach targets of organizational interests. On the other hand, in the face of the accelerated flow of information, the community realizes that they need a variety of quality information services. This phenomenon is an opportunity for organizations and public services to always provide interesting information to the public in order to improve their form of public relations and to improve the image of the organization or institution. Islamic boarding schools must not be apathetic in responding to this era of digital transformation. Islamic boarding schools must be able to follow this era, where information and communication technology is ingrained in society. Islamic boarding schools need to improve in order to implement digital-based public relations management. Sabilurrosyad Gasek Islamic Boarding School is a boarding school that has successfully implemented social media as a means of public relations.

The purpose of this research is to know; (1) digital-based public relations management planning; (2) implementation of digital-based public relations management; (3) results of digital-based public relations management; and (4) the impact of digital-based public relations to increase the publication and image of Islamic boarding schools.

The research approach is qualitative with a case study type. The research was conducted from January to February 2023 at the Sabilurrosyad Islamic Boarding School through interviews, observation and documentation. Meanwhile, the data analysis techniques are data reduction, data presentation, and verification. Checking the validity of the data used is source and method triangulation.

The results of this study are; (1) planning begins with goal setting, problem analysis, and program planning; (2) implementation is carried out by formulating strategies, implementing strategies, monitoring strategies, and evaluating strategies; (3) the results of this digital-based public relations management are informative content that is disseminated via social media; (4) public relations management has an impact on increasing the publication and image of Islamic boarding schools. the impact on Islamic boarding schools is an increase in the number of students, Islamic boarding schools become multimedia reference Islamic boarding schools, economic benefits from adsense, and operational assistance from the government community and alumni.

مستخلص البحث

نوردي، محمد شفاء، ٢٠٢٣، إدارة العلاقات المجتمعية الرقمية لتحسين النشر والتصوير في المعهد الإسلامي سبل الرشاد جسيك مالانج، البحث العلمي، قسم إدارة التربية الإسلامية، كلية علوم التربية التعليم، جامعة موالنا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: الدكتور محمد أمين نور المجيستير.
كلمة الأساسية: المعهد الإسلامي، العلاقات المجتمعية الرقمية نشر صورة

لقد أثر تسارع المعلومات الناتج عن الثورة الصناعية ٤.٠ بشكل غير مباشر على المنظمات للتنافس للوصول إلى أهداف المصالح التنظيمية. من ناحية أخرى، فإن الجمهور، في مواجهة تسارع تدفق المعلومات، يجعلهم يدركون أنهم بحاجة إلى مجموعة متنوعة من خدمات المعلومات عالية الجودة المطلوبة. هذه الظاهرة هي فرصة للمنظمات والخدمات العامة لتقديم معلومات مثيرة للاهتمام للجمهور على الدوام من أجل تحسين شكل العلاقات العامة وتحسين صورة المنظمة أو المؤسسة. يجب ألا تكون المدارس الداخلية الإسلامية غير مبالية في الاستجابة لعصر التحول الرقمي هذا. يجب أن تكون المدارس الداخلية الإسلامية قادرة على متابعة هذا العصر، حيث تكون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات متصلة في المجتمع. تحتاج المدارس الداخلية الإسلامية إلى التحسين من أجل تنفيذ إدارة العلاقات العامة الرقمية. المعهد الإسلامي سبل الرشاد الإسلامي هي مدرسة داخلية نفذت بنجاح وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للعلاقات العامة.

الغرض من هذا البحث هو معرفة؛ (١) تخطيط إدارة العلاقات العامة على أساس رقمي؛ (٢) تنفيذ إدارة العلاقات العامة الرقمية؛ (٣) نتائج إدارة العلاقات العامة الرقمية؛ و (٤) تأثير العلاقات العامة الرقمية في زيادة نشر وصورة المدارس الداخلية الإسلامية. نهج البحث نوعي مع نوع دراسة الحالة. تم إجراء البحث في الفترة من يناير إلى فبراير 2023 في مدرسة سبيل الصياد الداخلية الإسلامية من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق. وفي الوقت نفسه، فإن تقنيات تحليل البيانات هي تقليل البيانات وعرض البيانات والتحقق منها. التحقق من صحة البيانات المستخدمة هو المصدر والطريقة التثليث.

نتائج هذه الدراسة هي: (١) يبدأ التخطيط بتحديد الأهداف وتحليل المشكلة وتخطيط البرنامج؛ (٢) يتم التنفيذ من خلال صياغة الاستراتيجيات وتنفيذ الاستراتيجيات واستراتيجيات المراقبة وتقييم الاستراتيجيات؛ (٣) نتائج إدارة العلاقات العامة الرقمية هذه عبارة عن محتوى إعلامي يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ (٤) إدارة العلاقات العامة لها تأثير في زيادة نشر وصورة المدارس الداخلية الإسلامية. التأثير على المدارس الداخلية الإسلامية هو زيادة عدد الطلاب، أصبحت المدارس الداخلية الإسلامية بمثابة مدارس داخلية إسلامية مرجعية متعددة الوسائط، ومزايا اقتصادية من، ومساعدة تشغيلية من المجتمع الحكومي والخريجين.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisam Transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ء = ‘
ذ = dz	غ = gh	ي = y
ر = r	ف = f	

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = ŭ

C. Vokal Diftong

أو = Aw

أي = Ay

أو = ŭ

إي = î

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan global yang terjadi sangat pesat menimbulkan beberapa dampak negatif, salah satunya adalah penurunan moral dan akhlak. Memilih tempat pendidikan yang tepat menjadi solusi bagi orang tua agar anak-anaknya dapat terhindar dari penurunan moral dan akhlak. Namun pada realita yang terjadi, banyak orang tua yang masih enggan untuk memasukkan anaknya di pondok pesantren. Stigma terhadap pesantren yang memandang bahwa pesantren merupakan lembaga pendidikan yang ketinggalan zaman masih sangat melekat pada sebagian besar masyarakat. Mereka menganggap bahwa pesantren terlalu mengedepankan pelajaran agama dan mengesampingkan pelajaran umum, sehingga mereka takut anak-anaknya yang masuk pesantren tidak akan bisa menjadi seorang yang sukses.

Selain itu rumor-rumor bahwa pesantren disinyalir sebagai sarang terorisme dan kriminalitas semakin membuat para orang tua ragu untuk memilih pesantren sebagai tempat pendidikan anak-anaknya. Hal-hal seperti di atas tentunya menjadi sebuah tantangan bagi pondok pesantren sebagai salah satu ujung tombak negara dalam menghadapi globalisasi ini. Pada dasarnya pesantren telah memiliki jasa yang besar dalam membantu upaya pemerintah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa serta menangani permasalahan kemerosotan moral dan akhlak.

Djohan Effendi mengatakan bahwa Pesantren sebagai institusi bersahaja seringkali mendapatkan stigma miring *kamuflase* kehidupan, karena selalu berkutat dengan persoalan akhirat. Kemudian pesantren dicap sebagai pusat kehidupan *fatalis*, karena perannya memproduksi pola kehidupan yang meninggalkan dunia materi (zuhud). Bahkan lebih ‘kasar’ ialah ketika pesantren dinobatkan sebagai pusat radikalisme yang menggoyahkan posisi pesantren sebagai ‘kampung peradaban’.¹

Pengelolaan manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren yang kurang maksimal, membuat penyampaian informasi seputar pondok pesantren kepada masyarakat tidak berjalan secara efektif.

Abu Yasid dalam bukunya menjelaskan bahwa pesantren layak menjadi destinasi keilmuan, semisal mempelajari model pendidikan, pembelajaran, nilai-nilai, kemandirian, kehidupan, interaksi, khidmat, amaliah, dan sebagainya. Kekhasan sistem manajemen dan atau tata kelola lembaga dan adopsi kearifan intelektual kaum santri ke dalam nilai kehidupan seakan menjadi jawaban atas kegersangan pendidikan dewasa ini, yang hanya mengulturasikan aspek intelektualitas namun kering nilai.²

Mohammad Takdir mengatakan bahwa Pesantren yang pada awalnya identik dengan fanatik madzhab, perlahan tapi pasti mulai bangkit untuk merevisi pola pendidikan yang dijalankannya dengan mengadopsi pola pendidikan yang lebih mencerdaskan dan mencerahkan. Buktinya, santri

¹ Djohan Efendi, (*Sebuah Pengantar*), dalam: Hasbi Indra, *Pesantren dan Transformasi Sosial: Studi Atas pemikiran K.H. Abdullah Syafi’ie dalam Bidang Pendidikan Islam* (Jakarta: Penamadani, 2005), hlm. xvii.

² Abu Yasid, *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2018), hlm. 6.

digiring untuk bersikap kritis dan terus berupaya mengembangkan potensi yang terpendam ke arah yang lebih menjanjikan. Dengan demikian, santri menjadi harapan umat untuk mentransformasikan dan menerapkan ilmu yang dimiliki dalam rangka menghadapi tantangan globalisasi yang semakin kompleks.³

Pernyataan di atas semakin memperjelas bahwa pesantren pada saat ini, bukan hanya lembaga pendidikan yang mengajarkan pelajaran agama saja. Pesantren saat ini telah berkembang pesat dengan berbagai modernisasi kurikulum guna menciptakan lulusan-lulusan yang dapat bersaing secara global dan siap untuk menjadi pembaharu kehidupan masyarakat.

Masyarakat dengan segala stigma negatifnya terhadap pondok pesantren tanpa adanya informasi yang sampai kepada mereka akan membuat mereka tetap memandang sebelah lembaga pendidikan pondok pesantren. Kekurangan informasi akan pondok pesantren membuat masyarakat merasa tidak diperlukan keterlibatannya dalam upaya pengembangan pondok pesantren. Hal tersebut mengakibatkan tingkat partisipasi masyarakat terhadap pengembangan pondok pesantren menjadi rendah. Di sisi lain, mayoritas pengurus pondok pesantren yang merupakan santri dengan segala kekurangan pemahamannya terkait manajemen hubungan masyarakat membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan hubungan masyarakat di pondok pesantren. Pola pengembangan hubungan masyarakat seperti inilah yang membuat manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren cenderung bersifat tertutup dan kurang mengena di masyarakat.

³ Mohammad Takdir, *Modernisasi Kurikulum Pesantren* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2018), hlm. 288.

Berkaca dari hal di atas, ada satu masalah vital yang membuat seakan-akan masyarakat masih memandang sebelah sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren. Kemajuan pondok pesantren tanpa dibarengi adanya manajemen hubungan masyarakat guna menyampaikan informasi kepada masyarakat, akan tetap membuat masyarakat awam memandang sebelah pondok pesantren. Informasi-informasi tentang modernisasi pesantren harus benar-benar digencarkan oleh pondok pesantren. Ada dua dampak besar jika lembaga pendidikan pondok pesantren benar-benar dapat mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat dengan baik, yaitu dampak positif di sisi publikasi serta dampak positif bagi pencitraan pondok pesantren. Salah satu tren manajemen hubungan masyarakat di masa globalisasi ini adalah manajemen berbasis digital. Transformasi digital yang timbul dari adanya revolusi 4.0 menjadikan seluruh elemen dalam kehidupan menjadi serba digital, termasuk dalam hal manajemen hubungan masyarakat. Tren penggunaan teknologi *cyber* dan otomatisasi sudah menjadi kebutuhan setiap organisasi.

Perubahan besar kehidupan masyarakat akibat adanya teknologi *cyber* dan otomatisasi akrab disebut dengan istilah “transformasi digital”. Salah satu sisi positif dari adanya transformasi digital antara lain adalah percepatan arus informasi, baik informasi positif maupun arus informasi negatif.

Adanya percepatan informasi ini secara tidak langsung telah mempengaruhi organisasi-organisasi untuk berlomba-lomba menggapai target dari kepentingan organisasi. Di sisi lain, masyarakat dalam menghadapi percepatan arus informasi ini, membuat mereka menyadari bahwa mereka

membutuhkan berbagai informasi layanan berkualitas yang dibutuhkan. Fenomena ini menjadi peluang bagi organisasi maupun layanan publik untuk selalu memberikan informasi menarik terhadap masyarakat guna meningkatkan bentuk *public relations* mereka serta untuk memperbaiki citra organisasi atau lembaga. Termasuk dalam lembaga pendidikan, adanya transformasi digital yang menyebabkan percepatan arus informasi ini, menjadi peluang bagi sebuah lembaga pendidikan untuk meningkatkan hubungan masyarakat.

Pondok pesantren tidak boleh bersikap apatis dalam menyikapi era transformasi digital ini. Pondok pesantren harus bisa mengikuti era ini, dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah mendarah daging di masyarakat. Pondok pesantren perlu berbenah guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital. Media informasi dan komunikasi digital dapat dimanfaatkan oleh pondok pesantren untuk menyampaikan informasi seperti profil, visi misi, fasilitas, program, kegiatan, serta keunggulan-keunggulan yang dimiliki.

Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital dapat menjadi peluang besar bagi pondok pesantren. Praktisi manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren yang didominasi oleh kalangan santri dirasa cocok untuk menerapkan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital ini. Santri yang umumnya adalah seorang remaja tentu saja adalah generasi milenial yang akrab dengan teknologi termasuk didalamnya adalah media digital. Inovasi dan kreatifitas santri dapat diaplikasikan guna mengimplementasikan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital ini.

Lembaga pendidikan yang dijadikan lokasi penelitian oleh peneliti yaitu Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kecamatan Sukun Kota Malang. Lembaga Pendidikan ini telah menjadi icon digitalisasi media pondok pesantren di Kota Malang, bahkan di Jawa Timur. Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah salah satu pelopor penggunaan media digital di pondok pesantren. Pondok Pesantren Sabilurrosyad mempunyai badan otonom khusus yang diisi para santri dengan fungsi utama untuk mengelola semua hal yang menyangkut media digital pondok pesantren. Badan otonom tersebut bernama Gasek Multimedia. Melalui badan otonom inilah, berbagai media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, Website, dan TikTok dapat dikelola dengan baik guna menyebarkan informasi-informasi positif seputar santri dan pondok pesantren. Tak hanya media sosial, Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga bekerja sama dengan salah satu stasiun TV Nasional dalam menyebarkan syiar-syiar keagamaan.

Keterlibatan santri dalam hal ini juga berlangsung dengan baik. Para santri yang didominasi oleh para mahasiswa, dengan berbagai inovasi dan kreatifitasnya dapat menciptakan ide-ide konten positif informatif untuk kemudian di publikasikan melalui berbagai platform media digital. Tentunya hal tersebut juga dapat bermanfaat bagi para santri karena mereka mempunyai wadah untuk mengimplementasikan inovasi dan kreatifitas mereka.

Kemudian secara tidak langsung, pemanfaatan berbagai platform media digital tersebut juga dapat menjadi salah satu bentuk hubungan masyarakat di pondok pesantren. Konten-konten informatif yang disebarluaskan di platform media digital akan cepat sampai kepada masyarakat secara luas. Hal tersebut

tentunya akan berimbas pada meningkatnya publikasi serta pencitraan pondok pesantren.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad diasuh oleh KH. Marzuqi Mustamar yang sekarang menjabat sebagai ketua tanfidziyah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur. Kepemimpinan KH. Marzuqi Mustamar di PWNU Jawa Timur membuat nama beliau menjadi banyak dikenal oleh masyarakat. Sayangnya nama besar beliau di mata masyarakat tidak sepadan dengan nama pondok pesantren yang beliau asuh. Mayoritas masyarakat hanya mengenal nama KH. Marzuqi Mustamar dan kurang mengenal nama Pondok pesantren Sabilurrosyad. Hal tersebutlah yang membuat pengurus pondok pesantren sabilurrosyad memiliki inisiatif untuk membesarkan nama pondok pesantren di mata masyarakat melalui platform media digital, karena memang pada saat itu media yang sedang booming di masyarakat adalah media digital. Melalui platform media digital tersebutlah, selama kurun waktu 1 tahun, membuat nama Pondok Pesantren Sabilurrosyad lebih dikenal oleh masyarakat. Tercatat selama kurun waktu 1 tahun, akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki sekitar sepuluh ribu follower sedangkan akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki sekitar dua puluh ribu subscriber. Hal tersebut tentunya dapat menjadi bukti bahwa melalui media sosial, nama besar Pondok Pesantren Sabilurrosyad banyak dikenal oleh masyarakat. Tak hanya itu, melalui media citra Pondok Pesantren Sabilurrosyad di mata pondok pesantren lain juga menjadi terangkat. Di buktikan dengan banyaknya pondok-pondok lain yang akhirnya mengikuti jejak Pondok pesantren Sabilurrosyad serta belajar kepada para pengurus

pondok untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana manajemen hubungan masyarakat.⁴

Berdasarkan beberapa fakta diatas, peneliti menganggap bahwa Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kecamatan Sukun Kota Malang layak untuk diteliti dengan mengangkat judul “**Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan permasalahan terkait manajemen hubungan masyarakat berbasis digital untuk peningkatan publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang dapat disimpulkan menjadi 3 pokok pembahasan, yaitu:

1. Proses perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.
2. Proses implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.
3. Hasil dari implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok pesantren Sabilurrosyad.
4. Dampak penerapan hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peninkatan publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

⁴ Wawancara pra observasi dengan *Ahmad Tajuddin Zahro’u*, Penggagas adanya digitalisasi media di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Pada tanggal 29 Juli 2022, pukul 13.30 WIB.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari hasil identifikasi masalah diatas, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang?
2. Bagaimana proses implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang?
3. Bagaimana hasil dari implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok pesantren Sabilurrosyad?
4. Bagaimana dampak penerapan hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan memahami proses perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang?
2. Mengetahui dan memahami proses implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.
3. Mengetahui dan memahami hasil dari implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok pesantren Sabilurrosyad?

4. Mengetahui dan memahami dampak penerapan hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai keilmuan dalam bidang penelitian khususnya dalam penelitian manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di pondok pesantren. Selain itu, harapan besar peneliti adalah penelitian ini dapat menjadi pedoman lembaga pendidikan khususnya pondok pesantren guna meningkatkan efektifitas manajemen hubungan masyarakat berbasis digital dalam upaya peningkatan publikasi dan pencitraan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga

Sebagai bentuk acuan dan tolak ukur bagi lembaga pendidikan pondok pesantren dalam implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital untuk meningkatkan publikasi dan pencitraan pondok pesantren.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa digunakan oleh peneliti sebagai acuan dan landasan untuk menulis sebuah penelitian yang juga bisa dijadikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen hubungan masyarakat berbasis digital.

F. Definisi Istilah

1. Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital

Manajemen hubungan masyarakat pada sebuah organisasi merupakan suatu proses pengelolaan komunikasi organisasi dengan masyarakat atau organisasi lain dengan tujuan memberikan wawasan kepada masyarakat tentang proses dan kebutuhan organisasi, guna menciptakan partisipasi masyarakat dan kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.

Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital adalah manajemen hubungan masyarakat yang dalam proses pelaksanaannya menggunakan media digital seperti instagram, youtube, facebook, & twitter. Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital ini memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan dapat berupa kegiatan, fasilitas, pengumuman, dan keunggulan sebuah lembaga atau organisasi.

2. Publikasi Lembaga Pendidikan

Publikasi adalah sebuah program yang dilakukan sebagai bentuk promosi dan pengenalan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Publikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti contohnya

pembuatan media sosial guna menyampaikan informasi dan pembuatan baliho-baliho yang di pasang di pinggir jalan.

3. Pencitraan Lembaga Pendidikan

Pencitraan adalah usaha untuk menonjolkan keunggulan atau citra lembaga pendidikan. Adapun citra lembaga pendidikan adalah bagaimana orang lain yang dalam hal ini adalah masyarakat umum atau lembaga lain memandang sebuah lembaga pendidikan.

Jadi, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren mampu mengelola hubungannya dengan masyarakat melalui media digital dalam upaya peningkatan publikasi dan pencitraan lembaga pendidikan pondok pesantren dengan objek penelitian Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Oleh sebab itu, judul yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah “Manajemen Hubungan masyarakat Berbasis Digital dalam Meningkatkan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Hubungan Masyarakat

1. Pengertian manajemen hubungan masyarakat

Menurut Griswold (1966) yang dikutip oleh Dakir hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang diadakan untuk menilai dan menyimpulkan sikap-sikap publik, menyesuaikan policy dan prosedur instansi atau organisasi dengan kepentingan umum, menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan dukungan dari masyarakat.⁵ Berdasarkan penjelasan tersebut, adanya manajemen hubungan masyarakat bertujuan untuk merealisasikan hal-hal yang diinginkan oleh masyarakat terhadap organisasi tersebut.

Sedangkan menurut Effendi sebagaimana dikutip oleh Maskur hubungan masyarakat merupakan bentuk fungsi manajemen yaitu, keberlanjutan dan rencana berkarakter, bersifat umum maupun pribadi, secara institusi serta organisasi, untuk menciptakan pengertian, simpati, dan dukungan dari masyarakat terkait dengan cara menilai pendapat umum, guna mengkorelasikan kebijakan dan tata cara mereka dengan bentuk menyebarluaskan informasi yang terencana untuk menciptakan kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.⁶

⁵ Dakir, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global* (Yogyakarta: K-Media, 2002), hlm. 87.

⁶ Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 14.

Jadi, manajemen hubungan masyarakat pada sebuah organisasi merupakan suatu proses pengelolaan komunikasi organisasi dengan masyarakat atau organisasi lain dengan tujuan memberikan wawasan kepada masyarakat tentang proses dan kebutuhan organisasi, guna menciptakan partisipasi masyarakat dan kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Manajemen hubungan masyarakat dalam perspektif Islam

Dalam Islam konsep komunikasi hubungan masyarakat dapat dikiasikan dengan konsep: *ta'aruf* (saling mengenal), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mengasihi), dan *ta'awun* (saling kerjasama).⁷ Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-quran pada QS. Al-Hujarat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya :

“Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti.”
(QS. Al-Hujarat : 13)

⁷ Maskur, hlm. 15.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa hakikatnya manusia diciptakan untuk ditakdirkan menjadi berkelompok-kelompok sesuai kepentingan masing-masing kelompok. Tujuan dari takdir tersebut tidak lain adalah supaya manusia saling mengenal satu sama lain kemudian dapat saling tolong menolong sesuai perintah Allah yang diajarkan sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS Al-Maidah : 2)

Konsep saling tolong menolong adalah suatu bentuk implementasi dari komunikasi guna mencapai sebuah tujuan. Dalam hal ini Allah berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang

sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl : 125)

Ayat tersebut menjelaskan tentang anjuran untuk saling berkomunikasi dengan bahasa yang baik, cara yang baik dan kualitas yang baik pula. Dengan pola komunikasi tersebut orang yang mendapatkan informasi akan mempunyai anggapan baik dan mengikuti dengan adanya ajakan.

Dari berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hakikat hubungan masyarakat menurut perspektif Islam merupakan proses hubungan timbal balik antara organisasi dan masyarakat dengan berlandaskan semangat *ta'aruf* (saling mengenali), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mencintai) dan *ta'awun* (saling membantu atau bekerja sama) dalam rangka mencapai tujuan bersama.

3. Peran dan fungsi manajemen hubungan masyarakat

Fungsi manajemen hubungan masyarakat yang dalam hal ini mewakili penyelenggaraan komunikasi timbal balik sebuah organisasi dengan masyarakat sebagai sasaran pada akhirnya dapat menentukan apakah sebuah organisasi tersebut sukses atau tidak dalam mencapai tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan. Dalam mengantisipasi dan menghadapi permasalahan global, terutama dalam mencegah adanya opini negatif masyarakat terhadap suatu organisasi maka diperlukan fungsi hubungan masyarakat sebagai alat manajemen pada sebuah organisasi.

Sedangkan fungsi hubungan masyarakat sebagai salah satu fungsi manajemen dalam organisasi dapat lebih dipahami dengan mencermati fungsi-fungsi komunikasi dalam organisasi.⁸ seperti yang dikutip oleh Sopian menurut Stephen P. Robbins fungsi komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu, fungsi kontrol, fungsi informasi, dan fungsi integratif.⁹ Ketiga fungsi tersebut dikaitkan dengan dengan hubungan masyarakat maka dapat diuraikan menjadi :

- a. Fungsi kontrol, hubungan masyarakat harus mampu menyampaikan semua informasi yang dapat memperbaiki hubungan dengan pihak eksternal sekaligus mengantisipasi opini-opini negatif yang mungkin muncul dalam masyarakat. Melalui fungsi ini hubungan baik dengan pihak eksternal akan selalu terbangun dan terpelihara dengan baik.
- b. Fungsi informasi, sebuah organisasi melalui fungsi hubungan masyarakat ini dituntut untuk selalu menyampaikan pesan-pesan yang dapat meningkatkan publikasi dan memperbaiki citra sebuah organisasi. semua informasi yang muncul atas inisiatif hubungan masyarakat maupun bagian lain dari organisasi harus tersampaikan dengan baik kepada masyarakat eksternal.
- c. Fungsi integratif, hubungan masyarakat dalam hal ini berfungsi sebagai penyelarass seluruh aspek sumberdaya dalam organisasi. Pengembangan opini masyarakat yang baik dan selaras dengan

⁸ Sopian, *Public relations Writing Konsep, Teori, Praktik* (Jakarta: Kompas gramedia, 2016), hlm. 3.

⁹ Sopian, hlm. 3.

organisasi akan menciptakan sebuah integrasi pemikiran antara organisasi dengan masyarakat. Pemahaman tentang proses pembentukan opini masyarakat merupakan dasar utama dari fungsi hubungan masyarakat.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen hubungan masyarakat memiliki peran dan fungsi yang sangat penting guna membangun opini positif masyarakat untuk tercapainya hubungan timbal baik yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat.

4. Strategi dan teknis manajemen hubungan masyarakat

Manajemen hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat penting di organisasi. Cakupan serta sasaran manajemen hubungan masyarakat yang luas membuat organisasi harus mempunyai strategi untuk mengaktualisasikan hubungan masyarakat ini. Peran manajemen strategi dalam aktualisasi hubungan masyarakat harus dilakukan berdasarkan kondisi dan kebutuhan organisasi. Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.¹⁰

Secara umum proses pelaksanaan dalam manajemen hubungan masyarakat merupakan penerapan dari fungsi-fungsi manajemen yaitu, *planning, organizing, actuating, controlling, dan evaluating*.¹¹

¹⁰ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 15.

¹¹ Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*, hlm. 18.

Serangkaian fungsi manajemen tersebut saling berkaitan dan dapat di implementasikan dalam manajemen hubungan masyarakat secara terus menerus dalam setiap kegiatan kehubungan masyarakatan. Dalam pelaksanaan rangkaian fungsi manajemen tersebut dibutuhkan adanya strategi yang dipilih dan ditempuh untuk mencapai tujuan manajemen hubungan masyarakat. Strategi hubungan masyarakat adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan hubungan masyarakat dalam kerangka suatu rencana hubungan masyarakat.¹²

Proses manajemen strategi sendiri terbagi menjadi 3 yaitu, Pengamatan Lingkungan, Perumusan Strategi, Impelmentasi Strategi, Evaluasi Strategi.¹³ Ketiga proses tersebut jika diaplikasikan dalam pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat maka akan tercipta serangkaian proses seperti berikut:

1. Pengamatan lingkungan, pada proses ini hubungan masyarakat harus mendapatkan informasi terkait permasalahan-permasalahan kehubungan masyarakatan yang muncul dan sasaran-sasaran kehubungan masyarakatan. Identifikasi terkait permasalahan dan sasaran akan menjadi kunci utama dalam penentuan strategi hubungan masyarakat yang akan dilakukan.
2. Perumusan strategi, data-data yang sudah diperoleh kemudian dirumuskan untuk menentukan sebuah rencana aplikasi program

¹² Ruslan Rosady, *Manajemen Public relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 110.

¹³ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, hlm. 31.

hubungan masyarakat. Rumusan tersebut menjadi inti strategi dalam pelaksanaan hubungan masyarakat.

3. Implementasi strategi, serangkaian program yang telah dirumuskan kemudian dilaksanakan dengan semaksimal mungkin. Pengontrolan pada tahap ini perlu dilakukan agar program kehubungan masyarakatan yang telah dilakukan dapat berjalan sesuai apa yang telah direncanakan.
4. Evaluasi strategi, proses terakhir yang dilakukan adalah mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai acuan untuk perumusan dan pelaksanaan program-program kehubungan masyarakatan yang akan datang.

Penyesuaian bentuk dan teknik implementasi hubungan masyarakat dengan permasalahan dan kondisi masyarakat yang dalam hal ini merupakan sasaran kehubungan masyarakatan harus dilakukan untuk mencapai tujuan manajemen hubungan masyarakat yang efektif dan efisien. Keberagaman masyarakat baik dari kondisi ekonomi, geografis, sosial, dan budaya harus didekati dengan berbagai pola pendekatan sehingga akan terlaksana secara efektif dan efisien. Beragam bentuk media hubungan masyarakat harus dimaksimalkan sesuai dengan keadaan sasaran hubungan masyarakat.

B. Pondok Pesantren

1. Pengertian dan Sejarah Pondok Pesantren

Istilah pondok pesantren berasal dari dua kata yaitu *pondok* dan *pesantren*. Kata yang pertama yaitu *pondok*, dalam bahasa jawa berarti tempat tinggal. Istilah *pondok* dalam bahasa jawa biasanya diartikan sebagai tempat tinggal yang bukan milik sendiri, melainkan tempat tinggal milik orang lain yang disewa dan ditinggali beberapa lama (tidak selamanya). Tetapi pada saat ini masyarakat sudah tidak mengartikan istilah *pondok* sebagai kata yang berdiri sendiri dan memiliki arti tempat tinggal. Masyarakat saat ini mengartikan istilah *pondok* sebagai sebuah kata yang menyatu dengan pesantren, seperti “Pondok Lirboyo”, “Pondok Tebuireng”, dan “Pondok Tambakberas”. Kata kedua yaitu *pesantren* berarti dari kata santri, yaitu murid yang mendalami ilmu agama kepada seorang kyai. Istilah *pesantren* selanjutnya diartikan sebagai tempat santri atau tempat murid yang sedang mendalami ilmu agama kepada seorang kyai.

Melalui dua arti diatas istilah *pondok pesantren* dapat diartikan sebagai sebuah tempat tinggal yang didalamnya terdapat murid-murid yang mendalami ilmu agama bersama seorang kyai. Al-Furqan dalam bukunya berpendapat bahwa istilah *pondok* dan *pesantren* adalah dua kata yang memiliki arti yang sama yaitu fasilitas yang digunakan oleh

para santri (murid yang mendalami ilmu-ilmu agama) sebagai tempat tinggal mereka sewaktu menuntut ilmu bersama kyai dan guru-gurunya.¹⁴

Pondok pesantren umumnya dipimpin oleh seorang kyai. Pada awal mula adanya pondok pesantren, seorang kyai mengembangkan pondok pesantren secara pribadi. Seluruh aspek dalam pesantren seperti kurikulum, sarana prasarana, pengajaran diatur langsung oleh seorang kyai sebagai pemimpin tertinggi di sebuah pondok pesantren. Seiring perkembangannya dengan berbagai kemajuan, pesantren tidak hanya diatur oleh seorang kyai saja. Pesantren pada saat ini umumnya sudah mengatur manajemennya sedemikian rupa dengan mengandalkan sumber daya manusia dari para santri. Tentunya seluruh kebijakan yang ada di pesantren tetap ada di tangan kyai sebagai pimpinan tertinggi dalam sebuah pesantren.

Jika melihat sejarah pesantren, pondasi awal terciptanya sistem pendidikan pesantren adalah bermula dari Maulana Malik Ibrahim yang berasal dari Arab. Pada abad ke 14 Masehi, Maulana Malik Ibrahim yang merupakan keturunan dari Zainal Abidin (cicit nabi Muhammad SAW) bersama rombongannya hijrah ke daerah utara Jawa Timur, tepatnya di Kota Gresik. Di tempat itulah Maulana Malik Ibrahim mulai menyebarkan ajaran agama Islam dengan metode seperti yang digunakan pada pondok pesantren saat ini. Beliau mengumpulkan masyarakat lokal pada sebuah tempat untuk diajarkan dan digembleng ajaran-ajaran agama

¹⁴ Al Furqan, *Konsep Pendidikan Islam Pondok Pesantren dan Upaya Pembenahannya* (Padang: UNP Press, 2015), hlm. 74.

Islam. Dari tradisi belajar seperti itulah Maulana Malik Ibrahim berhasil melahirkan sosok-sosok muballigh di tanah Jawa yang diantaranya dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan sebutan Wali Songo. Melalui para wali inilah tradisi belajar mengajar pesantren terus menyebar dan berkembang di Indonesia.

Dalam perkembangannya pondok pesantren terus mengalami perkembangan. Biasanya seorang ulama di Indonesia yang menuntut ilmu di negara-negara Timur Tengah ketika sudah pulang ke tanah air akan mendirikan pondok pesantren. Begitupun seterusnya, seorang kyai yang sudah mempunyai pesantren umumnya akan mengirim putra-putrinya untuk belajar ilmu agama ke pesantren-pesantren di Indonesia dan lembaga pendidikan yang berada di negara-negara Timur Tengah. Sehingga beliau-beliaulah yang akan meneruskan perjuangan untuk mengembangkan pendidikan Pondok Pesantren. Perjuangan ulama-ulama seperti itulah, yang tetap membuat lembaga pendidikan pondok pesantren dapat eksis sampai saat ini.

2. Tujuan Pendidikan Pondok Pesantren

Berbicara mengenai tujuan pendidikan pondok pesantren, maka kita tidak bisa menyatukan tujuannya secara menyeluruh. Perkembangan zaman menuntut pesantren untuk menyesuaikan diri. Untuk menjaga eksistensi, mau tidak mau pondok pesantren pun juga harus melakukan pembaharuan diberbagai sisi. Faktor tersebutlah yang membuat munculnya istilah pondok pesantren salafi dan pondok pesantren khalafi. Pondok pesantren salafi atau pondok pesantren

tradisional ialah pondok pesantren yang tetap mengutamakan pelajaran agama sesuai tradisi pondok pesantren zaman dahulu, sedangkan pondok pesantren khalafi adalah versi lebih modern dari pondok pesantren salafi yang tidak hanya mengajarkan pelajaran agama, namun juga mengajarkan pelajaran-pelajaran umum sesuai perkembangan kurikulum pendidikan formal yang berlaku.

Pesantren tradisional umumnya tidak merumuskan tujuan pendidikannya dengan jelas seperti lembaga pendidikan lainnya yang biasanya merumuskan tujuan pendidikannya secara tertulis dalam sebuah anggaran dasar yang dimiliki. Kesederhanaan pesantren yang diajarkan sejak awal kemunculannya membuat pesantren tidak memiliki tujuan secara jelas. Pada dasarnya seorang kyai yang mengajarkan pelajaran agama kepada santri-santrinya mengaitkan dengan niat beribadah dan menyebarkan ajaran agama islam. Jabatan maupun kehidupan sehari-hari seperti ekonomi dan sosial tentu bukan menjadi tujuan utama pembelajaran di pesantren. Pemahaman atas fungsi dalam pelaksanaan dan perkembangan lembaga pendidikan pondok pesantren adalah hal yang dapat ditempuh untuk bisa menyimpulkan tujuan pendidikan pesantren tradisional.¹⁵

Melihat cikal bakal pesantren pada zaman Syaikh Maulana Malik Ibrahim, fungsi utama adanya pesantren tentu adalah sebagai pusat penyebaran agama Islam di Indonesia. Pesantren didirikan oleh para wali

¹⁵ Abdurrahman Wahid, *Bunga Rampai pesantren* (Jakarta: Penerbit Dharma Bakti, 1979), hlm. 33.

untuk mengajak masyarakat masuk ke dalam agama Islam dan menghasilkan ulama-ulama generasi selanjutnya yang akan terus mengembangkan ajaran agama Islam. Tidak jauh dari fungsi tersebut, ketika agama Islam sudah menyebar ke berbagai penjuru Indonesia, fungsi utama dalam pondok pesantren adalah mencetak ulama-ulama yang unggul dalam masalah agama Islam sebagai pemecah berbagai permasalahan keagamaan yang ada di Masyarakat.

Secara lebih lanjut, H.M Arifin dikutip oleh Kompri, menjelaskan bahwa pendidikan pondok pesantren memiliki dua tujuan utama, yaitu:¹⁶

a. Tujuan umum

Membimbing para santri untuk menjadi pribadi yang memiliki kepribadian islami yang tangguh.

b. Tujuan khusus

Mengkader para santri agar memiliki bekal ilmu keagamaan yang kuat untuk selanjutnya akan menjadi ulama-ulama yang dapat mengajarkan agama di masyarakat.

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan utama pendidikan pesantren tradisional adalah mencetak lulusan-lulusan pesantren yang memiliki kompetensi agama yang unggul yang dapat mengamalkan berbagai ilmu yang dimiliki di dalam masyarakat.

Namun seiring berkembangnya zaman, maka dunia pesantren pun juga mengalami pergeseran kearah modernisasi. Tantangan-tantangan

¹⁶ Kompri, *Manajemen dan Kepemimpinan Pondok Pesantren* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 3.

zaman yang semakin banyak membuat banyak pesantren kemudian sedikit demi sedikit mengubah pola pendidikannya. Dari beberapa faktor tersebut, terlahirlah pondok pesantren modern yang dalam pendidikannya, tidak hanya mengutamakan pelajaran agama, tetapi juga mengajarkan pelajaran-pelajaran umum berstandar nasional bahkan internasional. Modernisasi pendidikan pesantren adalah salah satu upaya untuk menciptakan lembaga pendidikan yang mempunyai identitas kultural yang lebih sejati sebagai konsep pendidikan masyarakat Indonesia baru. Selain di dalamnya diharapkan dapat ditemukan nilai-nilai universalitas Islam yang mampu melahirkan suatu peradaban masyarakat Indonesia masa depan.¹⁷

Abdurrahman Wahid berpendapat bahwa ada empat faktor yang dikembangkan dalam pondok pesantren modern, yaitu:¹⁸

- a. Kemampuan fleksibilitas yang mana pesantren mampu mengambil peran secara signifikan, tidak hanya dalam wacana keagamaan akan tetapi juga dalam setting sosial budaya, politik dan ideologi Negara.
- b. Mempertahankan identitas dirinya sebagai penjaga tradisi keilmuan klasik, dalam artian tidak larut sepenuhnya dengan modernisasi, tapi mengambil sesuatu yang dipandang manfaat positif untuk perkembangan.

¹⁷ Syarifah Gustiawati, "MODERNISASI SISTEM PENDIDIKAN PESANTREN," *Jurnal Universitas Ibnu Khaldun Bogor*, t.t., hlm. 18.

¹⁸ Muhammad Hasyim, "Modernisasi Pendidikan Pesantren dalam Perspektif KH. Abdurrahman Wahid," *Jurnal Studi Keislaman* vol. 2, no. 2 (Desember 2016): hlm. 186.

- c. Melihat gejala sosial yang tumbuh di masyarakat, sehingga keberadaan pesantren dapat berperan sebagai pusat pengembangan masyarakat.
- d. Melibatkan peran serta dalam kegiatan atau telah membentuk pendidikan yang berbasis masyarakat.

Dari pendapat diatas, bisa disimpulkan bahwa pondok pesantren modern memiliki tujuan tersendiri yang berbeda dari pondok pesantren salafi, yaitu mencetak lulusan-lulusan yang berkompeten menurut bidangnya masing-masing yang berorientasikan pada kebutuhan masyarakat dengan tetap berlandaskan ajaran agama Islam.

3. Sistem Pendidikan di Pondok Pesantren

Sama dengan sistem pendidikan pada umumnya, pendidikan di pesantren memiliki unsur-unsur yang saling berinteraksi dan melengkapi untuk mencapai tujuan pembelajaran. Unsur-unsur pendidikan dari sistem pendidikan di pondok pesantren antara lain adalah:¹⁹

- a. Aktor atau pelaku: Kyai, ustadz, santri dan pengurus.
- b. Sarana perangkat keras: Masjid, rumah kyai, rumah dan asrama ustadz, pondok dan asrama santri, gedung sekolah atau madrasah, tanah untuk pertanian dan lain-lain.
- c. Sarana perangkat lunak: Tujuan, kurikulum, kitab, penilaian, tata tertib perpustakaan, pusat penerangan, keterampilan, pusat pengembangn masyarakat, dan lain-lain.

¹⁹ Kholid Junaidi, "Sistem Pendidikan Pondok pesantren di Indonesia," *Jurnal Pendidikan islam ISTAWA* vol. 2, no. 1 (Desember 2016): hlm. 97.

Pondok pesantren memiliki ciri khas tersendiri dalam hal sistem pendidikannya. Tradisi pengajaran turun temurun yang terus dilestarikan mulai dari awal kemunculan pesantren menjadi pembeda antara sistem pendidikan pesantren dengan sistem pendidikan di lembaga lain. Meskipun adanya perkembangan modernisasi sistem pendidikan yang harus dialami oleh pesantren akibat kemajuan zaman, tetapi ciri khas sistem pengajaran klasik berbasis keagamaan tetap menjadi pilihan sistem pendidikan pesantren sampai saat ini.

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional, mempunyai empat ciri khas sistem pengajaran yang masih tetap eksis sampai saat ini, yaitu:²⁰

- a. Pelajaran agama menggunakan kitab-kitab islam klasik berbahasa arab atau yang biasa disebut dengan kitab kuning. Kitab kuning merupakan kitab-kitab yang dikarang oleh ulama-ulama yang umumnya dicetak tanpa harokat pada kertas yang berwarna kekuning-kuningan. Sebagian besar kitab kuning yang diajarkan di pesantren merupakan karangan ulama-ulama masyhur yang hidup jauh sebelum zaman modernisasi datang, seperti kitab *ihya' ulumuddin* karangan Imam Al-Ghazali yang hidup pada abad ke-10 masehi.
- b. Teknik pengajaran yang unik yang dikenal dengan nama *sorogan* dan *bandongan* atau *wetonan*. *Sorogan* adalah sistem pengajaran individual di pesantren. Biasanya seorang santri akan maju

²⁰ Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, 1994), hlm. 14.

menghadap ustadz atau kyai nya untuk menyetorkan hafalan-hafalan al-qur'an maupun syiir-syiir arab, kemudian ustadz atau kyai tersebut menyimak apakah yang dihafalkan sudah benar atau belum. *Bandongan* atau *wetonan* adalah sistem pengajaran di pesantren yang diikuti oleh sekelompok santri dalam suatu ruangan. Dalam pengajaran ini, seorang ustadz atau kyai akan membacakan kitab kuning dan memaknainya kedalam bahasa daerah serta menjelaskan kandungan-kandungan pada kitab tersebut. Sedangkan santri dalam pengajaran ini dapat memaknai dan mencatat makna serta penjelasan ustadz atau kyai nya yang biasanya ditulis dalam bahasa daerah namun menggunakan huruf arab atau yang biasa disebut dengan tulisan *pegon*.

- c. Mengedepankan hafalan. Hafalan dalam pesantren disesuaikan dengan kurikulum yang berlaku pada jenjang dan lembaga pesantren tersebut. Selain hafalan Al-Quran yang berlaku pada pesantren *tahfidz*, dalam pesantren *non-tahfidz* biasanya santri dihadapkan dengan beberapa hafalan kitab-kitab kuning yang berisi *nadhom-nadhom* seperti *alfiyah* dan *jurumiyah*. *Nadhom-nadhom* tersebut menjelaskan materi-materi keagamaan seperti nahwu shorof dan fiqih.
- d. Menggunakan sistem *halaqah*. *Halaqah* dalam pengajaran di pesantren diartikan sebagai sekelompok santri dalam jenjang kelas tertentu di bawah bimbingan seorang ustadz atau kyai.

Melalui empat ciri khas sistem pengajaran di pesantren tersebutlah, para santri mendalami ilmu-ilmu yang diajarkan oleh gurunya. Namun dalam perkembangannya selain melalui sistem pengajaran diatas, pondok pesantren yang memiliki sistem pengajaran kurikulum pendidikan formal didalamnya juga tetap menggunakan sistem pengajaran yang berlaku pada lembaga-lembaga pendidikan umum.

C. Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren

Selayaknya lembaga lembaga pelayan masyarakat lain, pesantren juga merupakan lembaga pendidikan yang tujuannya adalah mewadahi kebutuhan masyarakat akan pendidikan yang berbasis Islam. Dalam rangka menjaga eksistensi, maka pesantren dalam pengembangannya harus mengerti perubahan-perubahan kebutuhan masyarakat dalam hal pendidikan berbasis Islam. Maka dalam mewujudkan upaya tersebut, peran manajemen hubungan masyarakat sangat dibutuhkan di pesantren. Dalam upaya menjaga eksistensi pesantren di tengah-tengah masyarakat, melalui manajemen hubungan masyarakat yang baik akan membawa nama pesantren lebih dikenal oleh masyarakat dan akan dipandang baik oleh masyarakat.

Konsep manajemen hubungan masyarakat di pesantren, sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan lain. Fungsi manajemen hubungan masyarakat sangat berperan penting untuk menciptakan sebuah komunikasi atau hubungan baik antara pesantren dengan masyarakat. Pada manajemen hubungan masyarakat fungsi manajemen hubungan masyarakat dapat dibedakan menjadi 3, yaitu perencanaan, implementasi dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat.

Ketiga fungsi tersebut dapat diterapkan oleh lembaga pendidikan pesantren guna mencapai tujuan manajemen hubungan masyarakat.

1. Perencanaan Manajemen Hubungan masyarakat di Pondok Pesantren

Perencanaan meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang akan terjadi.²¹ Perencanaan ini merupakan proses awal pada manajemen hubungan masyarakat. Dalam proses perencanaan manajemen hubungan masyarakat di pesantren ada beberapa hal yang harus ditentukan, yaitu sebagai berikut:²²

a. Mendefinisikan masalah

Praktisi hubungan masyarakat di pesantren harus bisa memahami permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Permasalahan tersebut bisa berupa rincian kebutuhan masyarakat akan pondok pesantren, harapan-harapan masyarakat terhadap pondok pesantren, atau informasi-informasi dari pesantren yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hasil identifikasi ini nantinya akan digunakan sebagai acuan bagi praktisi hubungan masyarakat di pesantren untuk menentukan program kehubungan masyarakatan apa yang nantinya akan dilaksanakan..

b. Merencanakan dan memprogram

Dari hasil identifikasi permasalahan-permasalahan terkait kehubungan masyarakatan, praktisi hubungan masyarakat dapat

²¹ Juwito, *Public Relations* (Surabaya: UPN Press, 2008), hlm. 25.

²² Rismi Somad dan Donni Juni, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 245.

menyimpulkan program-program kehubungan masyarakatan yang cocok dan dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sasaran utama hubungan masyarakat di pesantren. Program-program kehubungan masyarakatan selanjutnya dirumuskan menjadi tahapan-tahapan beserta penjelasan implementasi didalamnya.

c. Mengambil aksi dan mengkomunikasikan

Pada tahap ini, seorang praktisi hubungan masyarakat di pesantren dapat membentuk sebuah tim dan menentukan pembagian kerja kepada sumber daya manusia yang ada di pesantren. Dalam tahap ini penentuan waktu kegiatan juga harus ditentukan. Segala aspek kebutuhan-kebutuhan dalam proses implementasi juga harus ditentukan dalam tahapan ini.

Selanjutnya, dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di pesantren, tujuan utamanya adalah sebagai bentuk publikasi agar pesantren lebih dikenal oleh masyarakat, serta pencitraan agar pesantren tak hanya dikenal oleh masyarakat, tetapi pesantren juga dianggap sebagai lembaga pendidikan yang baik bagi masyarakat. Dalam proses perencanaan ini ada dua hal yang bisa dipilih oleh pesantren sebagai bentuk kegiatan kehubungan masyarakatan, yaitu:²³

a. Memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan yang ada di pesantren kepada masyarakat. Kegiatan ini dapat membuat masyarakat mengenal lebih jauh tentang pesantren. Kegiatan-

²³ Linggar Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 97.

kegiatan yang dipandang baik di mata masyarakat akan menimbulkan rasa kepercayaan bagi masyarakat bahwa pesantren memang menjadi sebuah lembaga pendidikan yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat.

- b. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang segala bentuk kebijakan-kebijakan yang ada di pesantren seperti kebijakan akademis, keuangan, pembangunan, aturan, dsb. Melalui keterbukaan pesantren terhadap masyarakat dapat membuat masyarakat menghilangkan sikap keraguannya terhadap pesantren.

2. Implementasi Manajemen Hubungan masyarakat di Pondok Pesantren

Implementasi manajemen hubungan masyarakat merupakan proses realisasi seluruh rencana-rencana yang sudah disusun sebelumnya. Dalam tahapan implementasi ini, peran seluruh sumber daya manusia untuk merealisasikan rencana yang sudah ditentukan menjadi kunci keberhasilan. Pemanfaatan segala media komunikasi yang digunakan juga harus dimaksimalkan guna mencapai hasil yang efektif dan efisien. Secara lebih rinci Zainal Mukarom menjelaskan bahwa proses implementasi manajemen hubungan masyarakat sangat bergantung pada empat hal, yaitu:²⁴

- a. Komunikasi, komunikasi dalam proses implementasi manajemen hubungan masyarakat ini berkaitan dengan bagaimana program-program yang telah direncanakan akan dikomunikasikan pada

²⁴ Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya, *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: Penerbit Pustaka Setia, 2015), hlm. 217.

sasaran manajemen hubungan masyarakat. Dalam pesantren dimana sasaran hubungan masyarakat utamanya adalah masyarakat, maka komunikasi pesantren dengan masyarakat adalah kunci dalam implementasi manajemen hubungan masyarakat di pesantren.

- b. Ketersediaan sumber daya, sumber daya disini meliputi sumber daya manusia dan non manusia. Sumber daya manusia dalam pondok pesantren yang diisi oleh kalangan santri dalam pesantren tersebut, harus saling bekerjasama untuk merealisasikan hubungan masyarakat di pesantren. Aspek sumber daya non manusia seperti media dan pendanaan juga harus disesuaikan dengan kebutuhan pesantren dengan seefektif dan efisien mungkin.
- c. Sikap dan komitmen pelaksana program, pelaksana program kehubungan masyarakatan di pesantren yang berarti adalah santri-santri yang ditugaskan untuk menjalankan kegiatan kehubungan masyarakatan harus memiliki komitmen tinggi untuk merealisasikan program-program kehubungan masyarakatan.
- d. Struktur birokrasi, struktur birokrasi atau organisasi di pesantren pada umumnya berpusat pada seorang kyai sebagai pimpinan tertinggi dalam pesantren. Maka dalam hal pelaksanaan program kehubungan masyarakatan, seorang kyai hendaknya juga harus mendukung penuh kegiatan kehubungan masyarakatan yang telah direncanakan.

Selain memaksimalkan beberapa faktor di atas, ada beberapa faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh pesantren sebagai guna mengefektifkan komunikasi sebagai bentuk hubungan masyarakat di

pesantren. Syafaruddin menjelaskan beberapa cara agar komunikasi dalam implementasi hubungan masyarakat dapat terlaksana dengan lebih efektif lagi, yaitu:²⁵

- a. Identifikasi orang-orang yang menjadi kunci komunikasi dalam masyarakat seperti tokoh masyarakat, pejabat, dan orang-orang yang memiliki pengaruh besar di masyarakat.
- b. Melibatkan tokoh-tokoh tersebut dalam proses implementasi hubungan masyarakat di pesantren.
- c. Memilih waktu yang tepat dalam melibatkan tokoh kunci tersebut dalam upaya menjadikannya sebagai dukungan program komunikasi pesantren.

Selanjutnya sesuai dengan latar belakang pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan berbasis Islam, maka dalam pelaksanaan hubungan masyarakat ini juga harus mengedepankan nilai-nilai ajaran agama Islam. Komunikasi dalam implementasi hubungan masyarakat harus berdasarkan konsep-konsep komunikasi dalam Islam. Ada beberapa kaidah hubungan masyarakat dalam Al-Qur'an yaitu:²⁶

- a. Mengajak atau menyeru dengan bijak

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

²⁵ Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hlm. 273.

²⁶ Saifur Rizal, "Humas dalam Perspektif Manajemen Pendidikan Islam," *Jurnal Pendidikan dan Kependidikan Idarah* 3, no. 1 (Juni 2019): hlm. 19-24.

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl: 125)

Dalam pelaksanaan komunikasi dalam implementasi hubungan masyarakat, seorang praktisi harus menggunakan bahasa-bahasa komunikasi yang bijak, serta mengkomunikasikan dengan hikmah.

- b. Menggunakan perkataan/bahasa yang baik dan benar

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا
اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar. (QS. An-Nisa: 9)

Dalam pelaksanaan hubungan masyarakat, hendaknya seorang praktisi hubungan masyarakat menyebarkan segala sesuatu dengan baik dan benar. Informasi-informasi yang bersifat hoaks harus dihindari dalam komunikasi hubungan masyarakat.

c. Membangun kerjasama

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. (QS. Al-Maidah: 2)

Bukan hanya sekedar komunikasi guna kepentingan pesantren, dalam implementasi hubungan masyarakat ini, hendaknya juga memperhatikan kebutuhan-kebutuhan masyarakat akan informasi pesantren. Dengan adanya komunikasi semacam itu, maka akan tercipta sebuah komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan antara pesantren dengan masyarakat.

d. Musyawarah untuk mufakat

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ

حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ

فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka

bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. (QS. Al-Imran: 159)

Dalam implementasi hubungan masyarakat seorang praktisi hubungan masyarakat di pesantren juga harus intens untuk selalu bermusyawarah bertukar pikiran dengan masyarakat. Kritik-saran yang membangun dari masyarakat dapat menjadi acuan bagi pesantren untuk selalu berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Dalam proses implementasi ini, dibutuhkan juga pengawasan terhadap segala bentuk komunikasi yang telah direalisasikan. Apakah komunikasi yang dilakukan sudah tepat sasaran, apakah komunikasi yang dilakukan sudah menimbulkan pengaruh terhadap sasaran, dan segala hal terkait pelaksanaan komunikasi yang telah dilakukan juga harus selalu dalam pengawasan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman antara pesantren dengan sasaran hubungan masyarakat.

3. Evaluasi Manajemen Hubungan masyarakat di Pondok Pesantren

Dalam hubungan masyarakat di pesantren, program evaluasi ini digunakan untuk mengetahui apakah program-program kehubungan masyarakatan yang telah dilaksanakan sudah terlaksana dengan baik sesuai tujuan atau belum. Selain itu hasil dari evaluasi dapat dijadikan pertimbangan bagi pesantren untuk pelaksanaan program-program

kehubungan masyarakatan yang akan datang. Sri Minati menjelaskan bahwa dalam lembaga pendidikan, evaluasi memiliki dua fungsi, yaitu:²⁷

- a. Evaluasi berfungsi selektif, melalui fungsi evaluasi ini lembaga pendidikan pesantren dapat melakukan seleksi, apakah program kehubungan masyarakatan yang telah dilaksanakan akan tetap dilanjutkan, dibenahi, atau ditinggalkan.
- b. Evaluasi berfungsi diagnostic, melalui fungsi ini lembaga pendidikan pesantren dapat mendiagnosa berbagai kelemahan yang ada di pesantren. Melalui fungsi ini pula lembaga pesantren dapat mengetahui berbagai pendapat masyarakat mengenai lembaga pesantren tersebut.

Untuk mengetahui keberhasilan program kehubungan masyarakatan di pesantren bisa dibuktikan dengan tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan pesantren. Jumlah pendaftaran santri baru pada lembaga pendidikan pesantren bisa menjadi salah satu contoh acuan keberhasilan program kehubungan masyarakatan di pesantren. Selain itu dukungan masyarakat terhadap pesantren baik secara materiil maupun moril juga dapat digunakan sebagai acuan keberhasilan program evaluasi di pondok pesantren.

D. Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital

Revolusi industri 4.0 telah mengubah pola hidup masyarakat dunia ke arah digitalisasi. Kemunculan internet sebagai tanda dimulainya revolusi

²⁷ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hlm. 308.

industri 4.0 benar-benar telah membuat sebagian besar hal di dunia menjadi serba digital. Seiring berjalannya waktu, teknologi internet yang pada awalnya digunakan untuk kebutuhan pendukung pekerjaan kini telah menjadi sebuah kebutuhan bagi kehidupan sosial manusia.

Selayaknya yang terjadi pada individu masyarakat, adanya perubahan pola kehidupan kearah digital ini juga terjadi pada organisasi. Organisasi dituntut untuk mengikuti perkembangan digitalisasi ini. Adanya perkembangan digital ini harus dimanfaatkan oleh organisasi. Banyak sekali kemudahan-kemudahan yang dapat diperoleh oleh sebuah organisasi dalam penggunaan digitalisasi ini.

Termasuk dalam hal hubungan masyarakat, percepatan arus informasi menjadi peluang emas bagi praktisi hubungan masyarakat dalam sebuah organisasi. Pola komunikasi yang terjadi antar manusia kini tidak hanya terjadi *face to face* secara fisik saja. Media digital memungkinkan terjadinya bentuk komunikasi virtual bahkan sekalipun tidak saling mengenal. Manusia melalui adanya media digital dapat membuat sebuah informasi atau pesan untuk selanjutnya disebarluaskan tanpa adanya batasan, sehingga siapapun bisa mengaksesnya.

1. Konsep Manajemen Hubungan masyarakat Berbasis Digital

Hubungan masyarakat berbasis digital merupakan sebuah konsep terbaru dalam tatanan manajemen kehubungan masyarakatan di sebuah organisasi. menurut Nkwocha yang dikutip dalam Ezeah hubungan masyarakat berbasis digital adalah semua tentang penggunaan teknologi baru termasuk telepon nirkabel, komputer, internet, e-mail, dll untuk

melakukan pekerjaan lebih cepat, lebih murah dan lebih efisien, terutama di dunia baru, persaingan, pembebasan, komunikasi, privatisasi dan globalisasi.²⁸ Hubungan masyarakat berbasis digital merupakan sebuah inovasi praktik kehubungan masyarakatan melalui teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Praktik kehubungan masyarakatan melalui media digital pada era digitalisasi ini dinilai sangat strategis, cepat, berorientasi pada hasil, dan murah.

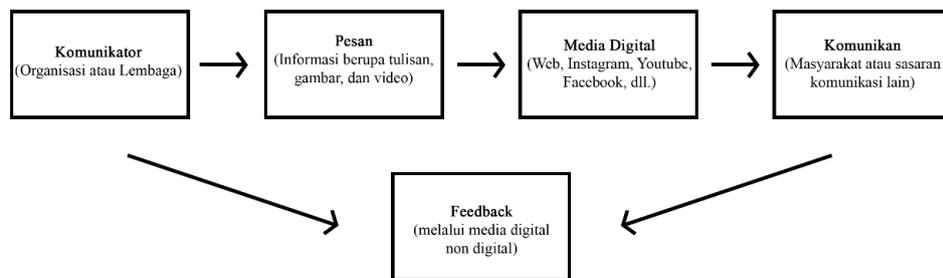
Banyak lembaga maupun organisasi yang telah memiliki media digital berupa situs web maupun media sosial. Lembaga dan organisasi tersebut memposting seluruh informasi terkait profil dan data-data lain pada media digital yang mereka miliki. Bahkan organisasi media berita surat kabar, majalah, dan stasiun penyiaran juga memiliki berbagai media digital sebagai sarana penyebaran informasi. Masyarakat pun sebagai objek komunikasi dari organisasi maupun lembaga juga telah mempunyai media digital pribadi sehingga mereka bisa mengakses seluruh informasi yang ada pada media digital dimanapun mereka berada melalui smartphon atau perangkat lain yang mereka miliki. Hal tersebut tentunya menjadi sebuah kemudahan bagi setiap lembaga, organisasi maupun individu untuk saling berkomunikasi melalui media digital.

Alur komunikasi dalam hubungan masyarakat berbasis digital ini dapat berlangsung dengan cepat melalui teknologi-teknologi yang ada

²⁸ Ezeah Gregory Herbert, "Digital Public Relations: A New Strategy in Corporate management," *Nsukka Journal of the Humanities*, no. 15 (2005): hlm. 138.

pada komputer. Secara lebih rinci alur komunikasi hubungan masyarakat berbasis digital dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Organisasi atau lembaga membuat sebuah informasi berupa tulisan, gambar, atau video.
- b. Organisasi atau lembaga memposting informasi yang telah di buat ada platform media digital yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga tersebut.
- c. Secara otomatis, melalui teknologi yang ada pada platform media digital, informasi dari organisasi atau lembaga akan diteruskan kepada masyarakat sesuai dengan algoritma yang berlaku pada platform media digital tersebut.
- d. Masyarakat atau sasaran hubungan masyarakat yang lain akan menerima informasi saat mereka membuka platform media milik mereka.



Gambar 2.1 Bagan Alur Komunikasi Hubungan Masyarakat Digital

Selain kompetensi mengenai kehubungan masyarakatan untuk memahami konsep tentang hubungan masyarakat berbasis digital ini maka penting untuk terlebih dahulu memahami tentang komputer, karena dalam hubungan masyarakat berbasis digital ini media utama yang digunakan adalah komputer. Untuk mempraktekkannya, seorang praktisi

hubungan masyarakat tidak perlu menjadi seorang ahli komputer, yang dibutuhkan hanyalah pemahaman mengenai penggunaannya untuk kepentingan pelaksanaan hubungan masyarakat berbasis digital.

Selain pemahaman terkait penggunaan komputer, kompetensi yang harus dimiliki praktisi hubungan masyarakat berbasis digital adalah penguasaan tentang pembuatan konten digital informatif. Konten yang disampaikan dalam hubungan masyarakat berbasis digital dapat berupa tulisan, gambar, atau video. Oleh karena itu kompetensi-kompetensi seperti keahlian jurnalistik dan multimedia sangat dibutuhkan dalam proses implementasi hubungan masyarakat berbasis digital ini.

Selain itu, kompetensi mengenai pemahaman algoritma media digital juga harus dikuasai oleh seorang praktisi hubungan masyarakat berbasis digital. Algoritma media digital adalah cara setiap platform media digital untuk mengatur arus informasi yang berjalan. Algoritma biasanya akan mengidentifikasi hal-hal yang dilakukan oleh pengguna platform media digital tersebut. Oleh karena itu agar komunikasi dalam hubungan masyarakat berbasis digital dapat berjalan secara efektif serta sesuai tujuan, maka seorang praktisi hubungan masyarakat berbasis digital harus menguasai algoritma dalam setiap platform media digital yang digunakan.

2. Manajemen Hubungan masyarakat Konvensional dan Manajemen Hubungan masyarakat Berbasis Digital

Tidak dapat dipungkiri bahwa trend manajemen hubungan masyarakat selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman dari 1.0

konvensional ke 4.0 berbasis digital.²⁹ Secara garis besar, tujuan dari manajemen hubungan masyarakat konvensional dan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital adalah sama, yaitu untuk menjalin hubungan timbal balik yang baik antara organisasi dengan publik. Tetapi karena perbedaan media yang digunakan, ada beberapa perbedaan antara manajemen hubungan masyarakat konvensional dengan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital yang harus diketahui oleh seorang praktisi hubungan masyarakat.³⁰

Tabel 2.1 Perbedaan Hubungan masyarakat Konvensional dan Hubungan masyarakat Berbasis Digital

No.	Hubungan masyarakat Konvensional	Hubungan masyarakat Berbasis Digital
1.	Menggunakan media konvensional	Menggunakan platform media digital
2.	Bersifat cenderung lebih formal	Bersifat fleksibel bergantung pada sasaran hubungan masyarakat
3.	Relatif lebih mahal dan banyak memakan waktu	Lebih murah dan menghemat waktu
4.	Proses identifikasi dan evaluasi membutuhkan usaha lebih	Dapat memanfaatkan teknologi digital dalam identifikasi dan evaluasi
5.	Cakupan sasaran tergolong sempit	Bisa menjangkau sasaran lebih luas

²⁹ Alfelia Nungky Permatasari dkk., "Digital Public Relations: Trend and Required Skills," *Jurnal Aspikom* 6, no. 2 (Juli 2021): hlm. 379.

³⁰ Nungky Permatasari dkk., hlm. 379.

3. Manajemen Hubungan masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren

Selayaknya lembaga-lembaga lain yang sudah mengikuti tren hubungan masyarakat berbasis digital, pondok pesantren juga harus mengikuti perkembangan ini. keberadaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di pondok pesantren dapat menjadi benteng bagi pesantren untuk mengantisipasi atau bahkan meng-*counter* informasi-informasi negatif yang beredar di masyarakat tentang pesantren. Selain itu, hubungan masyarakat berbasis digital ini juga bisa menjadi penyambung lidah bagi pesantren kepada masyarakat. Gaya hidup serba digital masyarakat di era revolusi 4.0 ini menjadi peluang besar bagi pesantren untuk terus bergerak menebarkan informasi-informasi positif seputar pesantren.

Santri di pondok pesantren yang didominasi oleh remaja membuat hubungan masyarakat berbasis digital ini adalah pilihan yang tepat. umumnya seorang remaja dapat memahami konsep digital dengan mudah. Penerapan hubungan masyarakat berbasis digital ini tentu bukanlah hal yang sulit bagi seorang santri. Dengan segala penguasaannya tentang media digital, ditambah dengan kreatifitasnya akan membuat hubungan masyarakat berbasis digital berjalan dengan baik.

E. Publikasi Lembaga Pendidikan

Publikasi merupakan salah satu tujuan dari hubungan masyarakat di lembaga pendidikan. Publikasi adalah upaya memperkenalkan organisasi

melalui informasi-informasi yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan agar khalayak umum memiliki rasa tertarik dan memberi dukungan terhadap organisasi tersebut.³¹

Publikasi bagi lembaga pendidikan merupakan suatu hal yang penting. Dengan adanya publikasi, masyarakat akan lebih mengenal sebuah lembaga pendidikan, dan tentu saja akan memberikan dukungan penuh terhadap sebuah lembaga pendidikan. Untuk mendapatkan sebuah pengakuan dan dukungan di masyarakat, maka sebuah organisasi harus melakukan kegiatan-kegiatan pemberian informasi tentang organisasi kepada masyarakat. Maka dalam hal ini peran manajemen hubungan masyarakat sebagai salah satu upaya komunikasi lembaga pendidikan terhadap publik akan membantu berjalannya publikasi lembaga pendidikan.

F. Pencitraan Lembaga Pendidikan

Memperoleh citra lembaga pendidikan di masyarakat merupakan salah satu tujuan dari hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan. Istilah citra sering dikaitkan dengan istilah nama baik. Citra lembaga pendidikan berarti cara pandang atau penilaian masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan. G. Dowling dalam Suwatno mendefinisikan citra organisasi sebagai *“the global evaluation (comprised of a set of beliefs and feelings) a person has about an organization”*.³² Artinya citra sebuah organisasi merupakan bentuk penilaian global terhadap sebuah organisasi.

³¹ Ali Liliweri, *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm. 143.

³² Suwatno, *Pengantar Public Relations Kontemporer* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2018), hlm. 45.

Citra dalam lembaga pendidikan dapat diperoleh dengan usaha penggiringan opini positif publik terhadap lembaga pendidikan melalui penyebaran informasi-informasi positif terkait lembaga pendidikan yang dapat dipercaya oleh masyarakat. Citra lembaga pendidikan dapat terbentuk dari beberapa faktor, yaitu:³³

1. *Customer satisfaction* (kepuasan pelanggan/masyarakat)
2. *Product quality* (kualitas produk/lembaga pendidikan)
3. *Tangible image* (citra yang nyata/berwujud)
4. *Advertisement* (Iklan)
5. *Sponsorship* (Sponsor)
6. *Media relations* (hubungan media)
7. *Social responsibility* (tanggung jawab sosial)

Sedangkan citra baik pada lembaga pendidikan akan memberikan beberapa dampak sebagai berikut:³⁴

1. Menjadikan sebuah lembaga pendidikan memiliki identitas yang akan tetap dikenal baik oleh masyarakat dalam jangka waktu yang panjang.
2. Lembaga pendidikan akan mudah mendapatkan dukungan ketika ada isu-isu negatif yang menimpa.
3. Citra baik lembaga pendidikan dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi masyarakat.
4. Lembaga pendidikan dapat menguasai pasar pendidikan ketika sudah mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat.

³³ Suwatno, hlm. 46.

³⁴ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto Seno, *Public relations* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 159.

5. Lembaga pendidikan yang sudah mempunyai citra di mata masyarakat dapat menghemat usaha dalam rangka pemasaran lembaga pendidikan.

G. Kajian Penelitian yang Relevan

Tabel 2.2 Kajian Penelitian yang Relevan

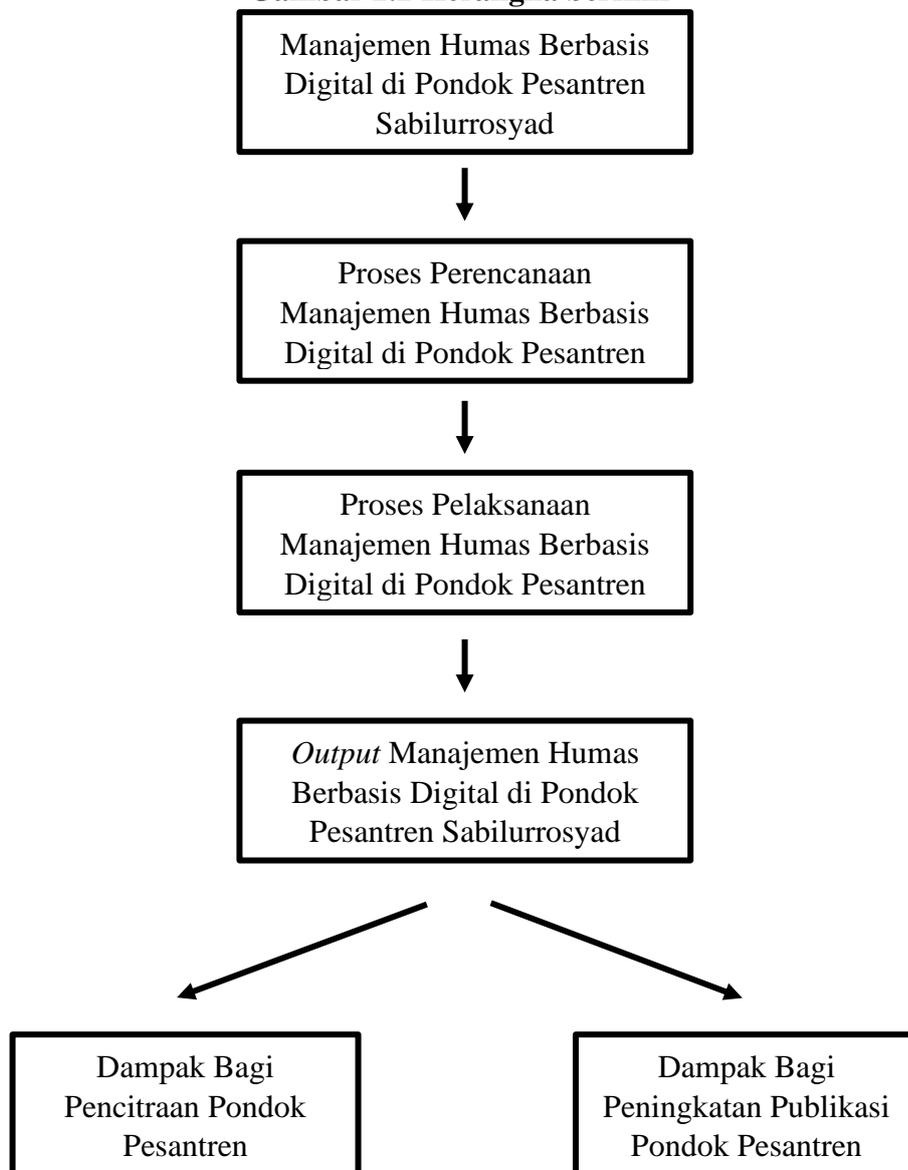
No.	Nama Peneliti, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Tukijan dengan judul implementasi manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren islam nurul huda dan pondok pesantren an nahl karangreja kabupaten purbalingga, tahun 2016	Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren	Berfokus pada penelitian manajemen hubungan masyarakat berbasis <i>non</i> digital di dua pondok pesantren dengan model implementasi hubungan masyarakat yang berbeda disertai dengan	Peneliti mengkaji manajemen hubungan masyarakat berbasis digital serta dampak bagi peningkatan publikasi dan pencitraan

			kelebihan dan kekurangannya.	
2.	Parhan dengan judul manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan lembaga pendidikan pesantren, tahun 2017	Manajemen hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan pondok pesantren beserta dampaknya	Berfokus pada manajemen hubungan masyarakat berbasis <i>non</i> digital yang disertai dengan dampaknya secara umum	Peneliti memfokuskan penelitian pada manajemen hubungan masyarakat berbasis digital disertai dengan dampak secara khusus terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan
3.	Nurul Hariani dengan judul public relation berbasis media digital di start up tictech studio, tahun 2020	Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital	Objek penelitian adalah sebuah perusahaan <i>start up</i>	Objek dalam penelitian ini adalah sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren

H. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan.³⁵ Kerangka berpikir merupakan pola pemikiran yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mempermudah pemecahan masalah dalam penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka berpikir



³⁵ Ningrum, "Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap MAN 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017," *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* 5, no. 1 (2017): hlm. 148.

I. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimanakah proses perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad?
2. Bagaimanakah proses implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad?
3. Apasaja *output* dari hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad?
4. Bagaimana dampak implementasi hubungan masyarakat berbasis digital terhadap publikasi dan pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian, peneliti dapat menggunakan pendekatan untuk menggali informasi-informasi dari suatu fenomena. Berdasarkan pendekatannya, dalam penelitian ada 2 jenis penelitian yang umum digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sebagaimana dikutip dalam Yusuf, Cresswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi metodologis yang mengeksplorasi masalah sosial atau manusia.³⁶

Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan sebuah fenomena penggunaan hubungan masyarakat berbasis digital beserta dampaknya bagi peningkatan publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang. Hasil deskripsi fenomena tersebut akan menghasilkan suatu konsep dan makna sesuai fenomena yang terjadi secara natural.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus pada dasarnya mempelajari secara intensif seseorang individu atau kelompok yang dipandang mengalami kasus tertentu.³⁷ Dalam penelitian ini peneliti berupaya mempelajari secara mendalam fenomena penggunaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital untuk suatu mengungkap

³⁶ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 329.

³⁷ Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 50.

kebenaran ilmiah mengenai dampak penggunaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Pondok Pesantren Sabilurrosyad yang terletak di Dukuh Gasek Desa Karangbesuki Kecamatan Sukun Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Lokasi tersebut merupakan tempat peneliti mengenyam pendidikan pesantren mulai dari tahun 2020. Peneliti juga aktif berpartisipasi dalam pengelolaan media di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Melalui pengalaman peneliti selama mengenyam pendidikan serta berpartisipasi dalam pengelolaan media di Pondok Pesantren Sabilurrosyad, peneliti dapat memutuskan bahwa Pondok Pesantren Sabilurrosyad layak dijadikan sebagai lokasi penelitian setelah dikarenakan beberapa faktor sebagai berikut:

1. Dalam upaya hubungan masyarakat berbasis digital Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki badan otonom yang dikhususkan untuk menangani berbagai permasalahan media dalam pondok pesantren tersebut. Badan otonom tersebut bernama Gasek Multimedia.
2. Pondok Pesantren Sabilurrosyad mempunyai berbagai platform media digital dengan jumlah pengikut yang banyak.
3. Pondok Pesantren Sabilurrosyad tercatat aktif dalam media digital sejak tahun 2015 dan merupakan salah satu pelopor digitalisasi dalam manajemen hubungan masyarakat pesantren di Jawa Timur.

4. Pondok Pesantren Sabilurrosyad telah mendapatkan berbagai penghargaan dalam bidang media digital.

C. Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan tertentu yang ditentukan sebagai fokus penelitian. Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang yang secara khusus dikelola oleh tim Gasek Multimedia. Penelitian ini berfokus pada proses implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital beserta dampaknya terhadap publikasi dan pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

D. Sumber Data

Untuk mendapatkan pemahaman terkait sebuah fenomena dalam penelitian dibutuhkan data-data yang valid terkait fenomena tersebut. data merupakan kumpulan dari fakta yang mengandung sejumlah informasi.³⁸ Data dalam penelitian ini berisi tentang informasi-informasi terkait manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Data dalam penelitian dapat diperoleh dari sumber data. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi 2, yaitu:³⁹

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari subjek penelitian melalui wawancara dan observasi.⁴⁰ Adapun subjek penelitian yang dipilih peneliti adalah:

³⁸ Salim dan Haidir, hlm. 149.

³⁹ Salim dan Haidir, hlm. 149.

⁴⁰ Salim dan Haidir, hlm. 149.

- a. Ketua Pondok Pesantren Sabilurrosyad beserta pengurus lainnya.
- b. Pendiri dan Direktur Gasek Multimedia beserta Tim yang tergabung dalam badan otonom tersebut
- c. Informasi dari peneliti sebagai *participant* dalam pengelolaan media digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Subjek penelitian yang dipilih peneliti berdasarkan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan subjek penelitian yang didasarkan atas tujuan tertentu.⁴¹

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari berbagai dokumen yang ada di berbagai instansi.⁴² Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah segala bentuk dokumen yang berkaitan dengan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Data-data tersebut diperoleh peneliti atas perizinan dari pemilik data.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian diperlukan sebuah cara yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menggali data secara tepat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Observasi

Riyanto (2001) menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 183.

⁴² Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*, hlm. 150.

penelitian.⁴³ Dalam teknik observasi ini peneliti akan datang ke lokasi penelitian untuk mengamati segala sesuatu mengenai manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan oleh peneliti adalah *participant observer*, yaitu jenis observasi dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati, sehingga dalam hal ini peneliti memiliki dua fungsi, sebagai pengamat kegiatan dan sebagai pelaku kegiatan yang berperan aktif sesuai tugas yang diberikan dalam kegiatan tersebut.⁴⁴ Selain menjadi pengamat, peneliti juga berperan menjadi bagian dalam pengelolaan manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Adapun objek observasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Secara lebih rinci proses yang akan diteliti meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengetahui informasi secara rinci tahapan proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital yang dilakukan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang.

⁴³ Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 125.

⁴⁴ Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, hlm. 384.

b. Platform media sosial milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Hasil dari seluruh proses implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad merupakan konten-konten yang di sebarakan melalui platform media sosial. Dari observasi ini peneliti dapat mendapatkan informasi tentang berbagai konten yang dihasilkan dari proses implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital. Selain itu, dari observasi platform media sosial ini, peneliti juga dapat mengetahui informasi tentang jangkauan informasi yang tersampaikan melalui fitur-fitur *insight* yang ada pada platform media sosial.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan dirancang sebelumnya.⁴⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh data dari subjek penelitian. Adapun jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis wawancara terencana-tidak terstruktur. Wawancara terencana-tidak terstruktur adalah apabila peneliti menyusun rencana topik wawancara secara rinci, tetapi tidak menggunakan format dan urutan yang baku.⁴⁶ Wawancara terencana-tidak terstruktur ini bersifat fleksibel. Pertanyaan-pertanyaan dalam

⁴⁵ Yusuf, hlm. 372.

⁴⁶ Yusuf, hlm. 377.

proses wawancara dapat diubah menyesuaikan dengan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti akan menyusun seluruh pertanyaan-pertanyaan inti beserta objek wawancara. Pertanyaan dan objek wawancara dapat berubah sewaktu-waktu sesuai kebutuhan peneliti terhadap informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data-data yang belum jelas yang didapat dari hasil observasi, dapat ditanyakan kepada objek wawancara. Melalui teknik wawancara ini, peneliti akan memperoleh data-data berupa informasi terkait manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Ponok Pesantren Sabilurrosyad yang berasal dari objek wawancara. Selain itu wawancara ini juga dapat memperjelas data yang didapat dari hasil observasi.

Adapun informan dalam wawancara ini adalah sebagai berikut:

- a. Ketua Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Dari informan ini peneliti akan melakukan wawancara terkait profil pondok pesantren, dampak manajemen hubungan masyarakat berbasis digital bagi pondok pesantren, perkembangan jumlah santri, serta berbagai data lain terkait pondok pesantren yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- b. Pendiri Gasek Multimedia. Dari informan ini peneliti akan melakukan wawancara terkait latar belakang berdirinya Gasek Multimedia sebagai badan otonom yang mengelola platform media sosial di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang dan

perkembangan yang terjadi di Gasek Multimedia beserta dampaknya terhadap Pondok Pesantren.

- c. Direktur Gasek Multimedia. Dari informan ini, peneliti akan melakukan wawancara terkait proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Hasil wawancara ini bisa menjadi penguat dari hasil observasi peneliti terkait proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara terkait dampak adanya manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang diperoleh dari hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, dsb.⁴⁷ Dokumen yang dapat digunakan dalam penelitian adalah dokumen yang mempunyai keterkaitan terhadap fokus penelitian. Hasil dari dokumentasi ini dapat digunakan sebagai penguat data yang dieperoleh dari observasi dan wawancara.

Melalui metode dokumentasi ini, peneliti akan memperoleh data dari seluruh dokumen arsip mengenai hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Adapun bentuk dokumen yang dapat diambil peneliti adalah segala hasil dari implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

⁴⁷ Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*, hlm. 100.

Sabilurrosyad. Data tersebut berupa konten-konten di platform media sosial, data prestasi yang telah diraih oleh Gasek Multimedia, dan data-data lain yang bisa menjadi sumber informasi dalam penelitian ini.

F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data merupakan usaha proses yang dilakukan peneliti untuk membuktikan bahwa data-data yang diperoleh merupakan data yang valid sesuai dengan keadaan yang terjadi sesungguhnya.⁴⁸ Masalah-masalah yang ditetapkan dalam penelitian kualitatif berkemungkinan akan mengalami perubahan ketika peneliti sudah terjun ke lapangan. Oleh karena itu, untuk memastikan seluruh data yang didapat adalah data yang valid maka dibutuhkan pengecekan keabsahan data.

Adapun dalam penelitian ini, pengecekan keabsahan data dilakukan peneliti melalui beberapa teknik, yaitu:

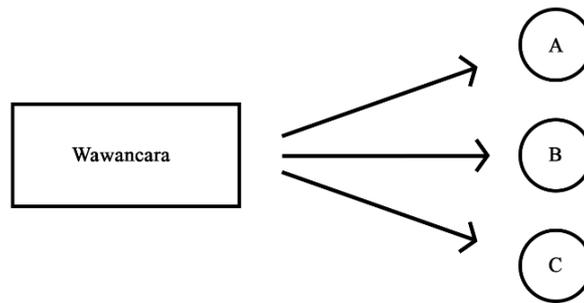
1. Meningkatkan ketekunan pengamatan

Ketekunan peneliti dalam melakukan pengamatan akan menentukan pula keabsahan data yang didapatkan. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bersifat fleksibel membutuhkan ketekunan secara berkesinambungan untuk menghindari kekeliruan data yang diperoleh serta fakta-fakta yang mungkin ditutup-tutupi oleh subjek penelitian. Selain itu ketekunan dilakukan dalam peneliti untuk menghindari subjektivitas dari subjek penelitian yang akan mempengaruhi objektivitas hasil penelitian.

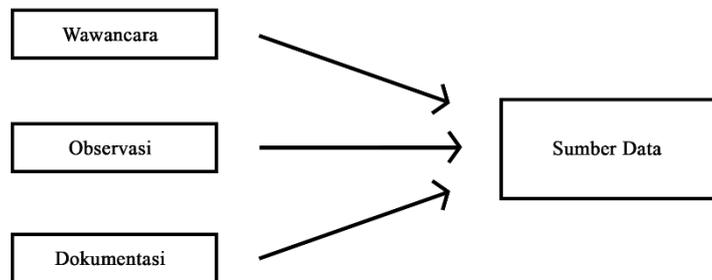
⁴⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 122.

2. Melakukan triangulasi sesuai aturan

Untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan kredibel peneliti akan melakukan teknik triangulasi data dengan penggunaan subjek serta metode yang sebanyak-banyaknya. Penggunaan sumber data yang banyak serta beragam metode yang digunakan dapat memastikan validitas data yang diperoleh. Teknik triangulasi untuk mendapatkan data yang valid dilakukan peneliti melalui *multiple source* dan *multiple methods*.



Gambar 3.1 Triangulasi dengan sumber banyak (*multiple sources*)



Gambar 3.2 Triangulasi dengan metode yang banyak (*multiple methods*)

G. Analisis Data

Menurut Spradley (1980) sebagaimana dikutip dalam Yusuf analisis merupakan cara berpikir peneliti berkaitan dengan penelitiannya secara sistematis mengenai sebuah fenomena untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungan secara keseluruhan. Analisis merupakan proses

penelitian pola tentang fenomena yang diteliti.⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data untuk mengolah seluruh data yang didapat dari fenomena manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad untuk menjadi sebuah konsep yang tersusun secara sistematis

Adapun model analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman dalam Yusuf menjelaskan data dalam penelitian kualitatif dapat dikumpulkan melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda sehingga data tersebut harus dianalisis sebelum dapat digunakan.⁵⁰ Model analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan, dan pentransformasian data mentah yang diperoleh peneliti.⁵¹ Dalam mengolah data peneliti akan memilah, merangkum, dan menyederhanakan data sesuai dengan tujuan dan fokus dalam penelitian. Melalui proses tersebut data akan tergambar secara jelas dan mempermudah peneliti dalam proses analisis data selanjutnya.

2. *Display* data

Setelah mereduksi seluruh data yang didapatkan, maka peneliti akan melakukan *display* data. Dalam *display* data ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk-bentuk yang mudah dipahami seperti

⁴⁹ Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, hlm. 401.

⁵⁰ Yusuf, hlm. 407.

⁵¹ Yusuf, hlm. 408.

narasi, bagan, atau hubungan-hubungan suatu fenomena. Dengan penyajian data yang sistematis, akan memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melakukan analisis lebih lanjut.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Langkah ketiga dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Data yang telah direduksi dan disajikan secara sistematis selanjutnya akan disimpulkan dan diverifikasi oleh peneliti. Dalam proses ini kesimpulan dapat bersifat sementara, artinya ketika sebuah kesimpulan tidak ditemukan bukti-bukti kuat untuk mendukung kebenarannya, maka peneliti dapat mengulang proses analisis data sehingga kesimpulan tersebut dapat terverifikasi kebenarannya.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini dapat menjawab semua rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Berdirinya Pondok Pesantren Sabilurrosyad dipelopori oleh KH. Dahlan Tamrin. Melihat adanya proses kristenisasi di daerah Gasek, KH. Dahlan Tamrin bersama beberapa tokoh agama di daerah tersebut lantas mendirikan sebuah yayasan yang diberi nama “Sabilurrosyad”. yayasan tersebut didirikan sebagai upaya mengembangkan ajaran agama Islam dan membentengi masyarakat dari gerakan kristenisasi di daerah tersebut.

Selang waktu 8 tahun, tepatnya pada tahun 1995 masehi, KH. Marzuqi Mustamar mengontrak sebuah rumah yang terletak di sebelah utara Yayasan Sabilurrosyad. dua tahun kemudian beliau membangun sebuah rumah di dekat yayasan Sabilurrosyad. selama kurun waktu tersebut, banyak santri yang mayoritas berasal dari Pondok Pesantren Nurul Huda Mergosono yang mengaji kepada KH. Marzuqi Mustamar di kontrakan tempat beliau tinggal. Sebagian santri juga ikut tinggal bersama dengan KH. Marzuqi Mustamar di kontrakan.

Setelah pembangunan rumah selesai, dimana pada saat itu KH. Marzuqi Mustamar belum mengetahui di tempat tersebut sudah ada sebuah tanah wakaf yayasan Sabilurrosyad. melihat kedatangan KH. Marzuqi di tempat tersebut, akhirnya KH. Marzuqi Mustamar diminta untuk menjadi pengasuh yayasan Sabilurrosyad.

Dibawah asuhan KH. Marzuqi Mustamar, yayasan Sabilurrosyad mengalami perkembangan yang sangat pesat dan kini di kenal dengan nama Pondok Pesantren Sabilurrosyad atau Pondok Gasek karena lokasinya yang terletak di dusun Gasek.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad kini mempunyai sistem pendidikan diniyah yang sudah teratur. Selain itu Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga mempunyai jenjang pendidikan formal SMP dan SMA. Para santri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad terdiri dari santri pada jenjang SMP sampai jenjang Mahasiswa.

2. Kondisi Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Pondok Pesantren Sabilurrosyad diasuh oleh diasuh oleh KH. Marzuqi Mustamar bersama dengan KH. Ahmad Warsito. Pondok Pesantren Sabilurrosyad terletak di Dusun Gasek, Desa Karangbesuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Karena letaknya yang strategis di tengah Kota Malang, para santri di Ponpes Sabilurrosyad di dominasi oleh kalangan mahasiswa dan mahasiswi dari berbagai universitas yang ada di Kota Malang.

Berbeda dengan pondok pesantren pada umumnya, Ponpes Sabilurrosyad membolehkan para santrinya pada jenjang mahasiswa untuk membawa perangkat elektronik seperti smartpone dan laptop. Selain itu, pondok pesantren juga memfasilitasi para santri dengan adanya jaringan wifi yang bisa diakses para santri untuk membantu menunjang perkuliahan mereka. Sementara itu, untuk santri pada jenjang SMP dan SMA, tetap diberlakukan peraturan seperti layaknya pondok pesantren pada umumnya yang tidak memperbolehkan santrinya untuk membawa perangkat elektronik.

Untuk kegiatan pembelajaran, ponpes Sabilurrosyad Gasek mempunyai sistem pengajian diniyah dan pengajian klasikal. Pengajian klasikal dilaksanakan setelah jamaah subuh dan maghrib. Pengajian klasikal diikuti oleh seluruh santri tanpa adanya pembagian kelas. Sementara itu untuk pengajian diniyah dilaksanakan ba'da isya' dengan pembagian kelas serta materi yang sudah ditentukan oleh pengurus diniyah sesuai dengan kemampuan santri.

Selain berfokus pada pengembangan para santri, Ponpes Sabilurrosyad juga menjalin erat hubungan dengan para warga, terbukti dengan adanya pengajian rutin di hari jumat pagi yang dibuka untuk umum. Pengajian tersebut selain diwajibkan bagi para santri, juga dihadiri oleh para warga. Selain itu Ponpes Sabilurrosyad juga memiliki acara *Majelis Ta'lim wal Maulid Ad-Diba'i* yang rutin dilaksanakan setiap bulan. Kegiatan tersebut dilaksanakan di masjid-masjid yang terletak di Kota Malang secara bergantian setiap bulannya.

B. Paparan Data Penelitian

Manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek sepenuhnya di kelola oleh tim Gasek Multimedia. Gasek Multimedia merupakan badan otonom milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang bertugas untuk mengelola multimedia pondok pesantren.

1. Perencanaan Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek

Ada tiga hal yang dilakukan Gasek Multimedia dalam upaya perencanaan manajemen humas berbasis digital, yaitu:

a. Penentuan tujuan

Awal dari proses perencanaan adalah penetapan tujuan. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa tujuan dari Gasek Multimedia adalah mempublikasikan seluruh informasi mengenai Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Tujuan tersebut didasarkan pada anggaran dasar Gasek Multimedia yang memiliki tujuan sebagai sarana dokumentasi dan publikasi pondok pesantren.⁵² Direktur Gasek Multimedia juga menjelaskan bahwa tujuan dari seluruh program di Gasek Multimedia adalah mempublikasikan seluruh informasi pondok pesantren kepada masyarakat seluas-luasnya.⁵³

b. Melakukan analisis

Selanjutnya tim Gasek Multimedia melakukan analisis permasalahan dan kebutuhan masyarakat akan informasi dari pondok pesantren. Selain itu, dilakukan juga analisis mengenai peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dalam upaya manajemen humas berbasis digital, seperti pemilihan media yang digunakan dan informasi apa saja yang akan ditampilkan dalam media tersebut.

⁵² AD/ART Gasek Multimedia.

⁵³ Wawancara dengan Arie Muhammad Dliya'uddin, S.Pd. Direktur Gasek Multimedia pada tanggal 13 Februari 2023.

Pada tahap analisis ini, tim Gasek multimedia dapat merumuskan beberapa hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan masyarakat tentang informasi pendaftaran
- 2) Kebutuhan masyarakat tentang ilmu fiqih pada hari-hari tertentu islam, seperti ramadhan dan idul fitri.
- 3) Media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, seperti youtube, instagram, dan tiktok.

Hampir semua media sosial yang sedang populer kita gunakan, ada facebook, instagram, twitter, tiktok, youtube, dan website. Kenapa kok milih media sosial tersebut, dikarenakan sebisa mungkin kita masuk disemua kalangan dan beberapa media sosial tersebut merupakan media sosial yang sering digunakan oleh beberapa kalangan misalkan facebook, itu banyak dari kalangan bapak-bapak dan ibu-ibu, kalau instagram itu banyak anak mudanya, kalau tiktok itu kayaknya semua kalangan. Jadi sebisa mungkin kita masuk disemua kalangan.⁵⁴

Banyak faktor yang kita pertimbangkan untuk perencanaan program ini, misalnya kebutuhan masyarakat akan konten, seperti panduan sholat. Banyak masyarakat yang membutuhkan panduan tata cara sholat apalagi sholat-sholat yang bersifat khusus seperti sholat gerhana. Yang kedua dilatar belakangi dari usulan-usulan masyarakat.⁵⁵

c. Perencanaan program

Hasil rumusan analisis diatas kemudian akan menjadi bahan untuk perencanaan program humas. Proses perencanaan program dilaksanakan dalam agenda rapat kerja tahunan Gasek Multimedia. Rapat tahunan dengan seluruh anggota dilaksanakan dalam rangka untuk membahas program kerja yang akan dilakukan selama satu tahun. Pada rapat tersebut

⁵⁴ Wawancara dengan Qonita Amalia. Tim Admin Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

⁵⁵ Wawancara dengan Ahmad Muthohar. CO. Divisi Content Creator Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

setiap divisi akan merencanakan apa saja program-program atau konten-konten yang akan dibuat selama satu tahun.

Proses perencanaan diatas sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh direktur Gasek Multimedia sebagai berikut.

Rapat kerja di Gasek Multimedia ini dilaksanakan setiap tahun. Dalam rapat tersebut akan direncanakan program-program yang akan dijalankan selama satu tahun mendatang. Pada saat rapat kerja tersebut, setiap divisi akan mengusulkan program atau konten, dari usulan-usulan tersebut kita akan mengkaji secara bersama-sama apakah cocok untuk dilaksanakan atau tidak. Pada rapat tersebut ditentukan juga media sosial yang akan digunakan. Sebelum rapat kerja dilaksanakan, kita menganalisis dahulu permasalahan yang sedang booming di masyarakat, kemudian juga informasi-informasi apa saja yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Media sosial pun juga kita analisis, mana media sosial yang sedang diminati masyarakat. Dalam perencanaan ini, tujuan utama yang ingin kita capai adalah publikasi pondok pesantren seluas mungkin kepada masyarakat.⁵⁶

Dari penjelasan diatas dapat diketahui juga bahwa sasaran humas berbasis digital ini adalah masyarakat secara luas, dan tidak ada batasan. Hal tersebut dikarenakan media humas yang digunakan adalah media sosial, dimana melalui media sosial seluruh masyarakat berhak mengakses sebuah informasi secara bebas.

2. Implementasi Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek

Implementasi merupakan inti dari proses manajemen. Seluruh program yang sudah direncanakan harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan

⁵⁶ Wawancara dengan Arie Muhammad Dliya'uddin, S.Pd. Direktur Gasek Multimedia pada tanggal 13 Februari 2023.

manajemen. Implementasi manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad diawali dengan pembentukan divisi.

Dari hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa implementasi manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Penyusunan strategi

Di tahun ini Direktur Gasek Multimedia membentuk 5 divisi dengan tugas yang berbeda. Kelima divisi tersebut adalah divisi fotografi, desain, teknisi, web, dan content creator. Melalui kelima divisi tersebutlah manajemen humas berbasis digital diimplementasikan.

Kita membuat 5 divisi ditahun ini, dengan tugas yang berbeda di masing-masing divisi. Akan tetapi dalam pelaksanaannya bukan berarti kita harus terpaku dalam divisi masing-masing. Dalam melaksanakan tugas kita tetap menggunakan sitem kekeluargaan yang saling membantu antar divisi untuk melaksanakan program yang telah direncanakan.⁵⁷

Hal tersebut sesuai dengan apa yang ditemukan oleh peneliti dalam observasi yang dilakukan. Saat proses pembuatan film pendek, dimana program tersebut merupakan program dari divisi content creator peneliti menemukan bahwa yang terlibat dalam proses pembuatan film tersebut bukan hanyalah anggota dari divisi content creator. Dalam hal mempersiapkan alat-alat, divisi content creator meminta bantuan kepada anggota divisi teknisi yang lebih mengerti tentang seluruh inventaris peralatan yang dimiliki. Dengan kolaborasi tersebut dapat mempermudah

⁵⁷ Wawancara dengan Arie Muhammad Dliya'uddin, S.Pd. Direktur Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

divisi content creator untuk mempersiapkan segala kebutuhan peralatan untuk membuat film.

Selain alasan hal tersebut, peneliti menemukan bahwa tujuan dari strategi tersebut disebabkan karena minimnya sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga membuat divisi content creator merasa kewalahan untuk membuat film dengan sumber daya manusia dalam divisi yang ada. Hal tersebut persis seperti yang disampaikan oleh direktur Gasek Multimedia.

Dari sejauh yang kami alami ada beberapa kendala yang sering kami alami, salah satunya adalah minimnya sumber daya manusia dikarenakan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad ini para santrinya sangat dinamis, setiap tahun mengalami perubahan. Hal tersebut disebabkan dari santri-santri yang boyong dan masuk yang terjadi secara cepat. Banyak santri yang dulu belajar bareng dari nol di Gasek Multimedia, dikarenakan waktunya kuliah sudah selesai, akhirnya mereka boyong ke rumah. Jadi ketika sudah di semester akhir dan dia sudah agak mumpuni di bidang media, dikarenakan harus menyelesaikan studinya di kampus akhirnya waktu mereka sedikit berkurang untuk berkontribusi di Gasek Multimedia. selanjutnya ketika mereka sudah selesai studinya maka mereka harus meninggalkan pondok pesantren, sehingga harus mencari pengganti anggota yang baru. Sedangkan anggota yang baru direkrut ini, kebanyakan dari mereka masih belum memiliki kemampuan dibidang media.⁵⁸

Selanjutnya pada setiap divisi juga mempunyai masing-masing strategi yang berbeda sesuai dengan program yang dijalankan masing-masing divisi.

b. Pelaksanaan strategi

Setelah strategi berhasil dirumuskan, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Dalam pelaksanaan setiap anggota yang sudah diberi tugas

⁵⁸ Wawancara dengan Arie Muhammad Dliya'uddin, S.Pd. Direktur Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

akan menjalankan tugasnya sesuai strategi yang sudah disusun. Pada proses implementasi ini, peneliti menemukan perbedaan strategi yang disusun pada setiap divisi. Adanya perbedaan tersebut dikarenakan setiap divisi memiliki jenis output yang berbeda pula, sehingga strategi yang digunakan pun juga berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan pada setiap divisi.

Cheppy Eka Januar selaku CO divisi web menjelaskan penyusunan strategi dalam divisi web adalah sebagai berikut.

Untuk proses peliputannya, karena berita yang ada ini sangat banyak, otomatis saya membagi tugas dengan anggota untuk peliputan berita. Untuk saat ini cara saya untuk mendelegasikan anggota dalam peliputan, sebelum saya delegasikan saya sudah membuat acuan dan mendapat informasi awal tentang hal-hal yang akan diliput. Setelah mendapatkan informasi awal, akan saya kabarkan melalui grup whatsapp, apakah ada yang mau meliput berita yang ada. Cara yang kedua adalah dengan saya tunjuk langsung anggota yang saya inginkan, tentunya dengan beberapa pertimbangan. Disitu saya akan memastikan terlebih dahulu tentang semua prosedur wawancara, apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan atau belum. Setelah selesai meliput, maka saya akan meminta transkripnya setelah itu masuk ke step berikutnya yaitu dia akan menulis beritanya. Setelah beritanya sudah jadi akan saya cek lagi, kalau sudah sesuai dengan apa yang diinginkan, kemudian mencari dokumentasi foto. Setelah selesai semua, akan saya publikasikan di website dan akan saya sebar di grup-grup whatsapp pondok pesantren.⁵⁹

Wahyu Rizal Amrulloh selaku CO divisi fotografi menjelaskan strategi berbeda yang dia jalankan pada divisi fotografi sebagai berikut.

Disetiap ada acara akan diadakan pembagian fotografer beserta dengan tempat memfoto misalkan didepan panggung, di bagian jama'ah putra, jama'ah putri dsb. Selain itu para fotografer juga akan dibekali dengan jenis kamera dan lensa yang berbeda sesuai kebutuhan di setiap tempat foto. Setelah

⁵⁹ Wawancara dengan Cheppy Eka Januar. CO. Divisi Web Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

acara selesai, file foto akan dijadikan satu dan di arsipkan secara offline dan online. Pengarsipan secara offline dilakukan dengan memindahkan seluruh foto ke dalam hardisk sedangkan pengarsipan secara online dilakukan dengan mengupload seluruh file ke dalam drive serta menamai file dengan nama acara dan dikelompokkan berdasarkan tahun acara. Nantinya file hasil foto tersebut akan menjadi arsip milik pondok pesantren, serta bisa digunakan untuk kebutuhan konten media digital pada divisi yang lain.⁶⁰

Sejalan dengan strategi-strategi diatas, Muhammad David Iqbal Wahyudin sebagai CO divisi desain menjelaskan strategi dalam divisi desain, dimana pada divisi desain ini memiliki program rutin setiap minggunya.

Pada divisi desain terdapat juga manajemen konten, jadi tim divisi desain bekerjasama dengan tim admin untuk mengelola konten yang akan di upload ke media sosial. Jadi tim desain dan admin membuat kalender produksi konten dan upload konten. Jadi di kalender tersebut sudah tercantum jadwal produksi selama satu bulan. Dalam jadwal tersebut tercantum pula bagian-bagian anggota untuk mendesain konten.⁶¹

Berjalannya proses implementasi ini diawasi sepenuhnya oleh tim admin serta para keluarga pondok pesantren. Pengawasan tersebut merupakan bentuk *controlling* agar setiap program terlaksana sesuai jadwal, serta seluruh informasi yang dibagikan melalui media sosial merupakan informasi yang valid dan layak disebarluaskan.

Hal tersebut diungkapkan oleh tim admin Gasek Multimedia sebagai berikut.

⁶⁰ Wawancara dengan Wahyu Rizal Amrullah. CO. Divisi Fotografi Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

⁶¹ Wawancara dengan Muhammad David Iqbal Wahyudin. CO. Divisi Desain Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

Misalkan ada konten seputar hukum fiqih, ada permasalahan seputar hukum fiqih yang sedang trending, tim riset akan mengkaji permasalahan tersebut kemudian ditashihkan kepada asatidz pondok. Setelah ditashihkan maka tim riset akan menyerahkan hasilnya kepada admin. Nah, setelah itu admin akan berkoordinasi dengan tim desain untuk dibuatkan konten. Setelah dibuatkan konten oleh tim desain, maka admin berhak menilai apakah konten tersebut sudah sesuai dengan yang diinginkan apa belum, kalau belum maka admin akan meminta revisi, setelah direvisi dan sudah selesai maka admin bisa mentashihkannya lagi ke tim admin Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang berisikan para petinggi serta keluarga ndalem Pondok Pesantren. Setelah dikirimkan di tim admin pondok pesantren dan sudah disetujui, maka admin akan berkoordinasi dengan tim caption yang dikelola oleh divisi web portal. Setelah selesai dibuatkan caption, maka admin akan mengupload konten ke media sosial.⁶²

Sebagai bentuk controlling, tim admin juga selalu memastikan agar seluruh program terlaksana sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

Untuk konten-konten sebenarnya sudah ada jadwalnya dari admin, jadi kita punya timeline. Dari admin ada timeline konten hari besar dalam setahun. Selain itu ada timeline konten-konten eventual lainnya, misalkan dari tim riset fiqih dalam satu bulan kedepan akan membuat konten apa saja. Lalu dari divisi desain biasanya ingin membuat desain yang informatif. Selain itu dari tim video misalnya, ingin membuat video cinematic berapa seperti itu. Jadi sudah ada yang dijadwalkan dari awal, juga ada yang dijadwalkan setiap bulannya. Jadi admin tinggal mengingatkan kepada seluruh tim.⁶³

c. Evaluasi strategi

Setelah konten-konten berhasil di sebarluaskan melalui media sosial, maka tahapan selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi di Gasek Multimedia dilakukan melalui forum rapat evaluasi triwulan. Pada rapat tersebut

⁶² Wawancara dengan Qonita Amalia. Tim Admin Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

⁶³ Wawancara dengan Qonita Amalia. Tim Admin Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

program yang sudah selesai dilaksanakan akan dievaluasi. Hasil dari evaluasi dijadikan pedoman untuk program yang akan dilaksanakan pada bulan-bulan selanjutnya. Hal tersebut ditegaskan oleh Direktur Gasek Multimedia sebagai berikut.

Selain mengadakan rapat tahunan, kita juga mengadakan rapat 3 bulan sekali. Dalam rapat tersebut kita adakan evaluasi konten-konten yang sudah berhasil di publish. Selain evaluasi, kita juga memanfaatkan rapat tersebut untuk berkoordinasi terkait konten-konten yang akan kita laksanakan pada bulan berikutnya. Kita juga memanfaatkan forum ini untuk menambah kesolidan antar anggota dengan acara makan bersama sambil mengobrol santai.⁶⁴

3. Hasil/Output Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, Pondok Pesantren Sabilurrosyad saat ini memiliki enam media sosial yang aktif. Enam media sosial tersebut meliputi instagram, twitter, facebook, youtube, website, dan tiktok. Ke-enam media sosial tersebut memiliki jenis konten yang berbeda.

Hampir semua media sosial yang sedang populer kita gunakan, ada facebook, instagram, twitter, tiktok, youtube, dan website. Kenapa kok milih media sosial tersebut, dikarenakan sebisa mungkin kita masuk disemua kalangan dan beberapa media sosial tersebut merupakan media sosial yang sering digunakan oleh beberapa kalangan misalkan facebook, itu banyak dari kalangan bapak-bapak dan ibu-ibu, kalau instagram itu banyak anak mudanya, kalau tiktok itu kayaknya semua kalangan. Jadi sebisa mungkin kita masuk disemua kalangan.⁶⁵

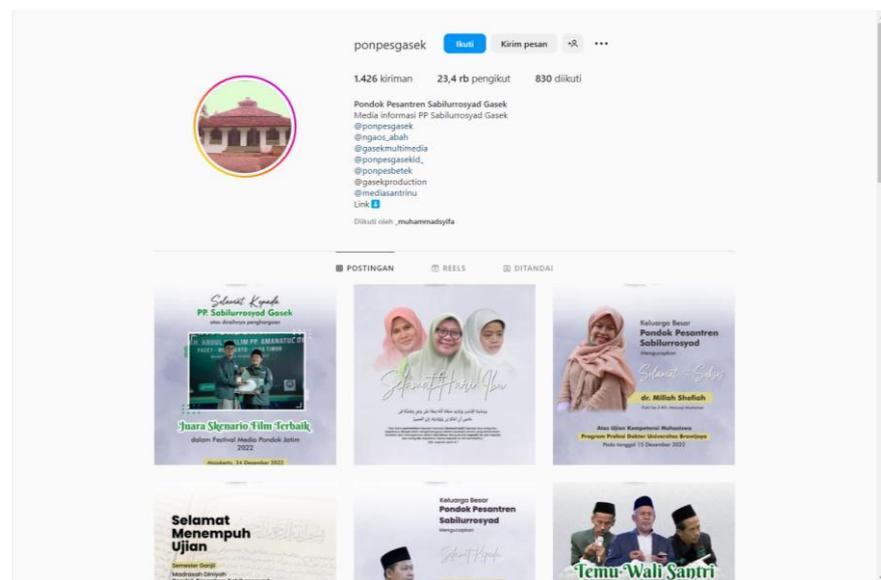
⁶⁴ Wawancara dengan Arie Muhyammad Dliyauddin, S.Pd. Direktur Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

⁶⁵ Wawancara dengan Qonita Amalia. Tim Admin Gasek Multimedia pada tanggal 10 Januari 2023.

Selain dengan konten berbeda yang disesuaikan dengan platform media sosial, penggunaan beragam jenis media sosial tersebut juga dimaksudkan untuk menjangkau semua kalangan umur masyarakat. Karena setiap media sosial mempunyai pengguna dengan jenjang umur yang berbeda-beda.

a. Instagram

Instagram merupakan akun media sosial berbasis gambar yang memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi melalui foto atau video. Akun instagram milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki *username* @ponpesgasek dengan domain. Akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki jumlah pengikut sebanyak 23.400 yang terhitung pada tanggal 13 Januari 2023.



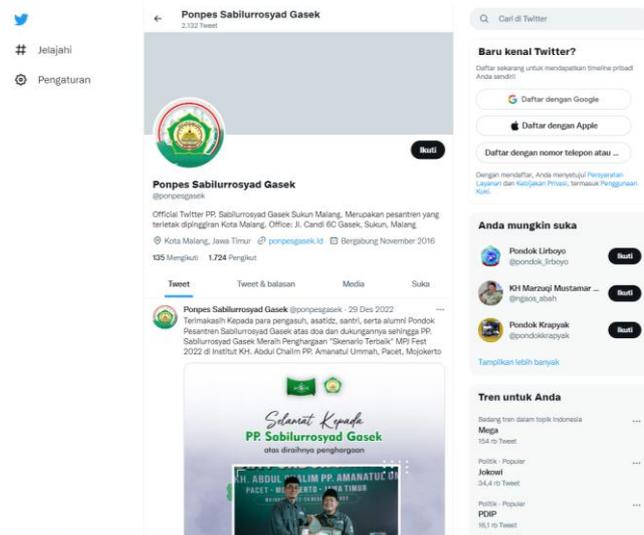
Gambar 4.1 Akun Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Selama kurun waktu aaa tahun tersebut, Pondok Pesantren Sabilurosyad telah memposting konten sebanyak 1.426 postingan. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada akun instargram milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad, konten dalam akun tersebut terdiri dari beberapa jenis sebagai berikut.

- 1) Ucapan hari besar nasional
- 2) Ucapan hari besar agama Islam
- 3) Prestasi yang diperoleh pondok pesantren
- 4) Ucapan kepada keluarga Pondok Pesantren
- 5) Informasi acara pondok pesantren
- 6) Ucapan motivasi dari para Kyai
- 7) Konten ilmu agama

b. Twitter

Akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki *username* @ponpesgasek, dengan domain <https://twitter.com/ponpesgasek>. Akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.724 yang terhitung pada tanggal 13 Januari 2023.



Gambar 4.2 Akun Twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari hasil observasi penulis, akun media sosial twitter milik Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek dikelola secara paralel dari instagram, tim admin memanfaatkan fitur posting bersamaan yang ada di instagram.

Sehingga ketika admin memposting konten di instagram, maka secara otomatis juga akan terpostin di twitter.

Akan tetapi fitur tersebut baru digunakan pada bulan Oktober 2022. Pada periode sebelum itu, tercatat sejak awal tahun 2022 sampai bulan september 2022, akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad kurang aktif dalam memposting konten. Sementara itu, tahun 2020 adalah tahun paling aktif bagi Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam memposting konten twitter.

c. Facebook

Akun facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memiliki nama “Pondok Pesantren Sabilurrosyad” dengan domain https://www.facebook.com/ponpesgasek/?locale=id_ID. Akun facebook Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek memiliki jumlah pengikut sebanyak 6.700 terhitung pada tanggal 13 Januari 2023.



Gambar 4.3 Akun Facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Sama seperti twitter, dalam pengelolaannya tim admin memanfaatkan fitur posting bersama yang ada di instagram, sehingga

postingan yang ada di facebook merupakan postingan yang sama dengan yang ada di Instagram.

d. Youtube

Akun youtube milik Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek memiliki username Ponpesgasek TV dengan domain <https://www.youtube.com/@PonpesgasekTV>. Terhitung pada tanggal 13 Januari 2023 akun youtube milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek sudah memiliki 62.200 subscriber.



Gambar 4.4 Akun Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari hasil observasi peneliti, akun youtube milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad diisi oleh berbagai macam jenis konten, yaitu:

- 1) Live streaming pengajian rutin
- 2) Live streaming kegiatan eventual pondok pesantren
- 3) Live streaming kegiatan rutin pondok pesantren
- 4) Video panduan ubudiyah
- 5) Podcast
- 6) Cover music religi

- 7) Tilawah
- 8) Film pendek
- 9) Konten eventual pondok pesantren
- 10) Dokumentasi kegiatan pondok pesantren

e. Website

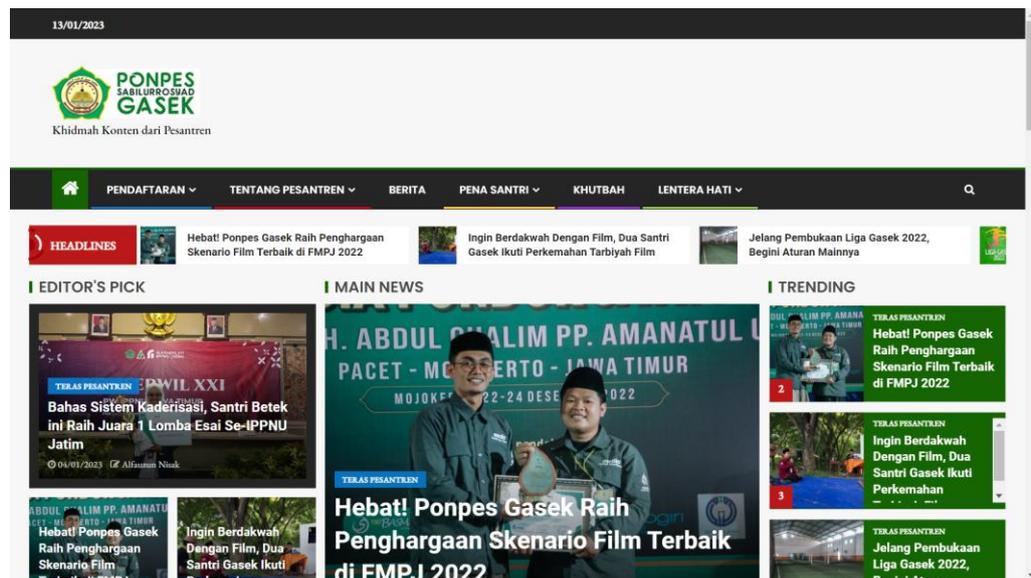
Website milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memiliki domain <https://ponpesgasek.id/>.

Jobdes di divisi website intinya adalah publikasi. Publikasi yang pertama adalah informasi esensial yang dibutuhkan masyarakat seperti contoh informasi penerimaan santri baru, informasi sejarah pondok, dan informasi seputar pengasuh pondok pesantren. Yang kedua adalah informasi yang bersifat akan terus datang dan kita bertugas sebagai humas pondok pesantren. Contohnya adalah semua kegiatan pondok baik secara internal maupun eksternal, seperti berita abah kyai tentang kelulusan program doktor, selanjutnya berita internal misalnya ketika ada tamu yang datang ke pondok, maka kita juga wajib mempublikasikannya, ada juga kegiatan seperti peringatan hari besar dan pemilihan lurah pondok.

Dari hasil observasi peneliti, secara rinci peneliti menemukan bahwa website milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berisikan lima segmen, yaitu:

- 1) Pendaftaran, yang berisikan tentang informasi pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek.
- 2) Tentang Pesantren, yang berisi tentang profil pondok pesantren.

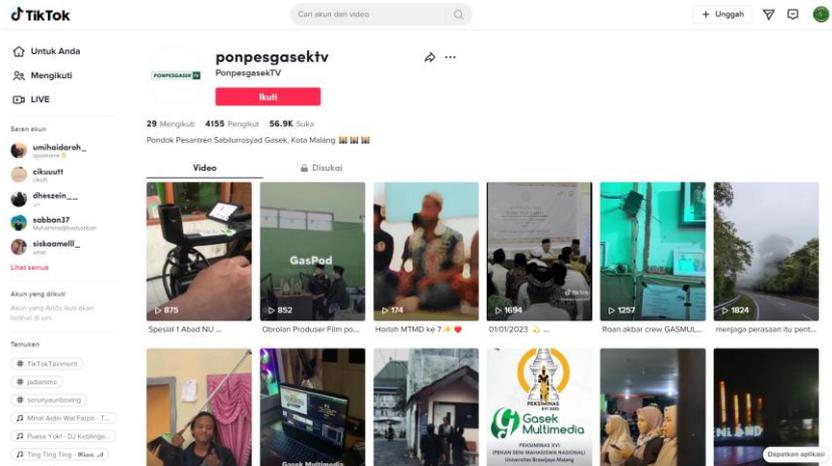
- 3) Berita, yang berisi laporan-laporan berita seputar pondok pesantren.
- 4) Pena Santri, segmen ini berisi tentang tulisan karya ilmiah yang berasal dari santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek.
- 5) Khutbah, yang berisikan khutbah singkat KH. Marzuqi Mustamar
- 6) Lentera Hati, berisikan tentang kajian islam dari Kyai dan tulisan-tulisan artikel seputar kepesantrenan.



Gambar 4.5 Website Pondok Pesantren Sabilurrosyad

f. Tiktok

Akun tiktok milik Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek memiliki username ponpesgasektv dengan domain <https://www.tiktok.com/@ponpesgasektv>. Akun tiktok ini memiliki 4.155 pengikut dan 56.900 like yang terhitung pada tanggal 30 Januari 2023.



Gambar 4.6 Akun Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari hasil observasi peneliti, akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berisikan video pendek yang bersifat random. Tidak ada segmen atau tema khusus dalam konten tiktok. Video pendek tersebut diantaranya berupa Behind The Scene pembuatan konten, Cuplikan pengajian dari Kyai Marzuqi Mustamar, dan dokumentasi kegiatan pondok pesantren. Hal tersebut tentunya merupakan bentuk penyesuaian tim Gasek Multimedia dengan media sosial tiktok. Media sosial tiktok memiliki algoritma yang tidak pasti.

4. Dampak Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial sebagai bentuk hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad terhadap publikasi dan pencitraan, peneliti menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dan dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur *insight* yang ada pada setiap media sosial. Peneliti mendapatkan izin dari pengurus Pondok Pesantren untuk menganalisis dan

mendokumentasikan segala bentuk *insight* media sosial untuk mendapatkan hasil yang riil mengenai dampak hubungan masyarakat berbasis digital terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren.

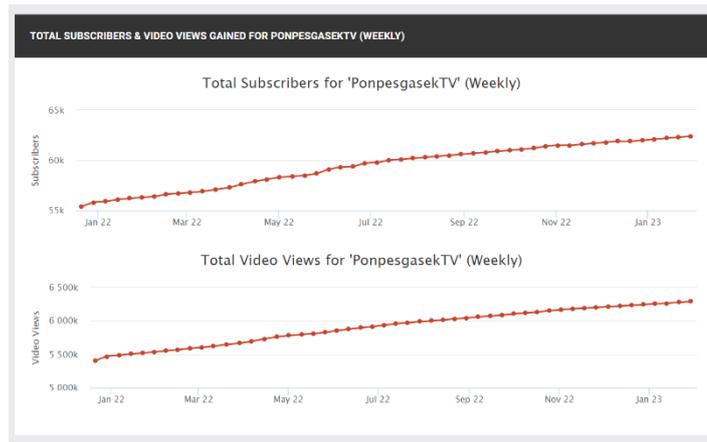
Pada bagian ini peneliti akan menganalisis *insight* media sosial milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad sesuai dengan jenis media sosial tersebut.

a. Youtube

Akun youtube milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek dibuat pada tanggal 14 April 2015. Akun youtube tersebut memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 62.400 terhitung pada tanggal 13 Januari 2023. Selama kurun waktu hampir 8 tahun, Ponpes Sabilurrosyad Gasek sudah mengunggah sebanyak 2.008 video dengan total 6.288.145 *views*.



Gambar 4.7 Insight Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad



Gambar 4.8 Insight Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari data *insight* youtube dapat diketahui bahwa jumlah *views* dan *subscriber* youtube selalu mengalami peningkatan. Dari data yang di dapat oleh peneliti pada bulan Januari tahun 2023 akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 54.545 dengan jumlah *views* sebanyak 5.516.073. Sedangkan pada bulan Januari 2023 akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memiliki subscriber sebanyak 62.400 dengan jumlah penayangan sebanyak 6.288.145. Artinya dalam satu tahun akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berhasil mendapatkan 6.100 *subscriber* baru dan 935.145 *views*.

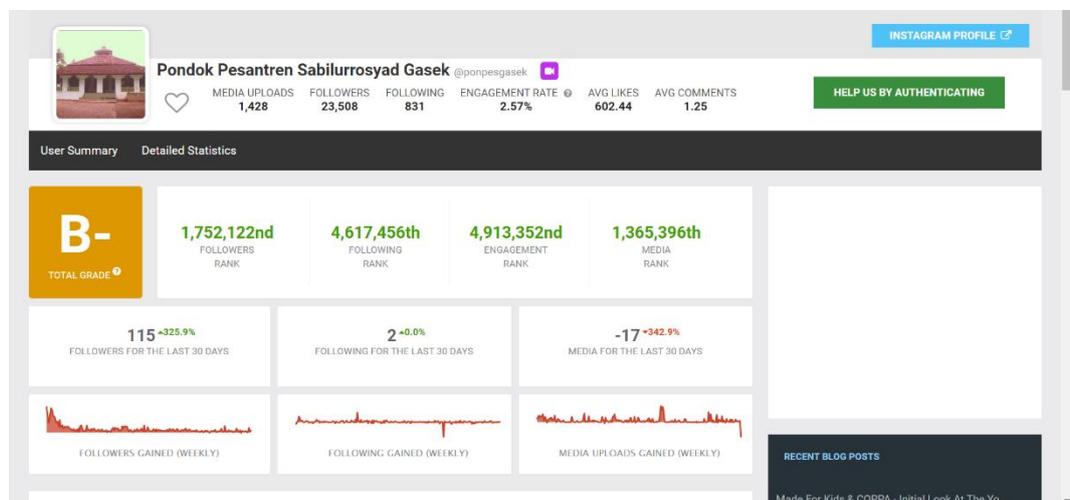
Tanggal	Komentar ditambahkan	Tidak suka	Diska	Subscriber yang diperoleh	Penayangan
Total	631	332	15.954	7.855	772.072
Januari	41 6,5%	26 7,8%	879 5,5%	484 6,2%	48.161 6,2%
Februari	33 5,2%	26 7,8%	1.260 7,9%	555 7,1%	58.046 7,5%
Maret	50 7,9%	42 12,7%	1.595 10,0%	743 9,3%	76.691 9,9%
April	63 10,0%	54 16,3%	2.245 14,1%	1.098 14,0%	105.882 13,7%
Mai	68 10,8%	41 12,4%	1.428 9,0%	906 11,5%	70.623 9,2%
Juni	51 8,1%	14 4,2%	1.356 8,5%	906 11,5%	76.723 9,9%
Juli	53 8,4%	27 8,1%	1.370 8,6%	615 7,8%	68.175 8,8%
Agustus	57 9,0%	28 8,4%	1.330 8,3%	530 6,8%	55.360 7,2%
September	59 9,2%	22 6,6%	1.303 8,2%	556 7,1%	56.801 7,4%
Oktober	93 14,7%	28 8,4%	1.539 9,7%	595 7,6%	59.960 7,8%
November	42 6,7%	9 2,7%	774 4,9%	409 5,2%	42.891 5,6%
Desember	32 5,1%	14 4,2%	670 4,2%	377 4,8%	40.517 5,3%
Januari (sedang berlangsung)	9 1,4%	1 0,3%	295 1,8%	126 1,6%	12.232 1,6%

Gambar 4.9 Insight Youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Secara lebih rinci, dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, akun youtube Ponpes Sabilurrosyad Gasek berhasil mendapatkan rata-rata 654 *subscribes* dan 64.000 *views* setiap bulannya. Dari data diatas dapat diketahui juga bahwa dalam satu tahun akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berhasil mendapatkan jumlah *like* sebanyak 15.954. Selain itu youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek juga berhasil mendapatkan 631 komentar dari masyarakat. Dari hasil observasi peneliti pada komentar yang ada di akun youtube Pondok Pesantren Sabilurrosyad, semua komentar merupakan komentar positif dari masyarakat, tanpa adanya komentar yang bersifat negatif.

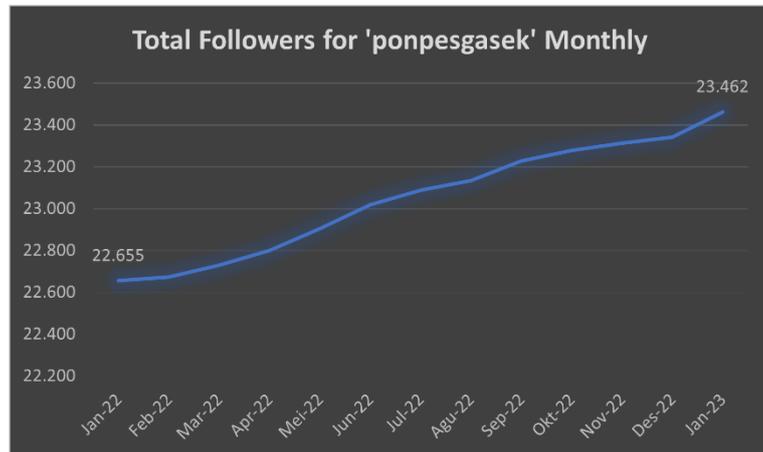
b. Instagram

Dari hasil observasi penulis, akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek dibuat sejak tanggal 6 Maret 2016. Selama kurun waktu tersebut per tanggal 1 Februari 2023, akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad sudah mengunggah total 1428 konten. Melalui konten tersebut akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil memperoleh total 23.462 *followers*, 838.737 *likes*, dan 1.786 *comments*.

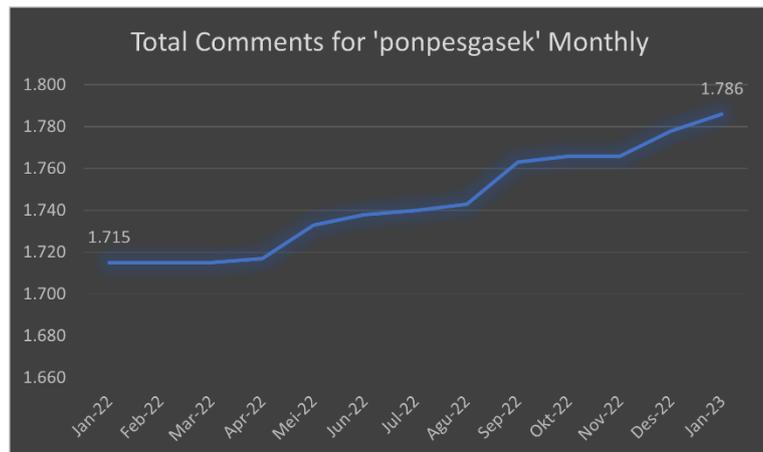


Gambar 4.10 *Insight* Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad

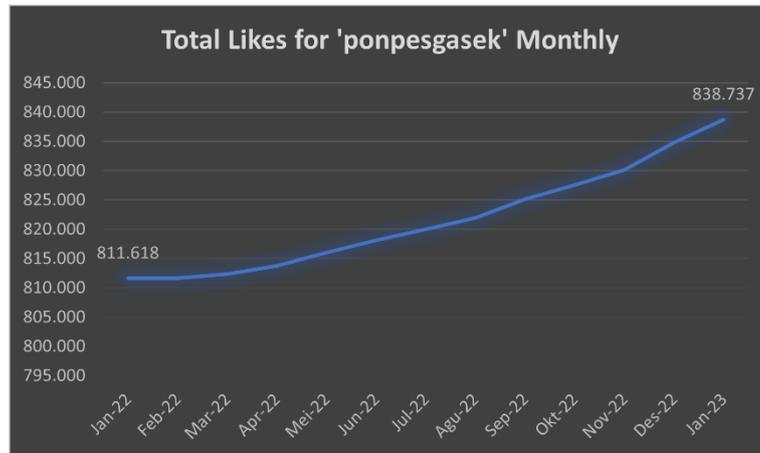
Melalui observasi terhadap konten instagram milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad, peneliti mendapatkan hasil perkembangan akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek selama satu tahun terakhir.



Gambar 4.11 Insight Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad



Gambar 4.12 Insight Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad



Gambar 4.13 Insight Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari Gambar 4.11, 4.12, dan 4.13 dapat diketahui bahwa seluruh *insight* media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami peningkatan pada kurun waktu satu tahun terakhir. Pada bulan Januari 2022 akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memperoleh 22.655 *followers*, 811.618 *likes*, dan 1715 *comments*. Sedangkan pada bulan Januari 2023 akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memperoleh 23.462 *followers*, 838.737 *likes*, dan 1.786 *comments*. Artinya selama kurun waktu satu tahun tersebut akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berhasil memperoleh 856 *followers*, 27.119 *likes*, dan 71 *komentar*.

Secara lebih rinci peneliti mendapatkan data perkembangan *insight* akun instagram Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek setiap bulannya.

INSTAGRAM MONTHLY STATISTICS FOR PONPESGASEK			
Tanggal	Like	Follower	Komentar
Total	27119	856	71
Jan-22	0	49	0
Feb-22	0	18	0
Mar-22	705	56	0
Apr-22	1391	70	2
Mei-22	2275	105	16
Jun-22	2105	114	5
Jul-22	1882	69	2
Agu-22	1959	47	3
Sep-22	3219	93	20
Okt-22	2435	51	3
Nov-22	2512	35	0
Des-22	4698	29	12
Jan-23	3938	120	8

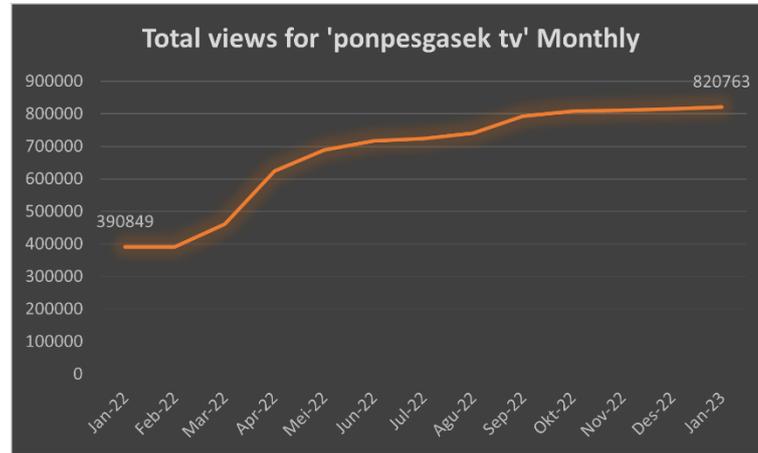
Gambar 4.14 Insight Instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari hasil observasi, peneliti menemukan selama bulan Januari dan Februari 2022 tidak ada konten instagram yang di posting oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek, sehingga pada bulan Maret, akun instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami penurunan akibat tidak ada postingan selama dua bulan sebelumnya. Dari data tersebut dapat diketahui juga bahwa akun instagram milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad mendapatkan rata-rata 2.259 likes, 71, followers, dan 6 comments setiap bulannya.

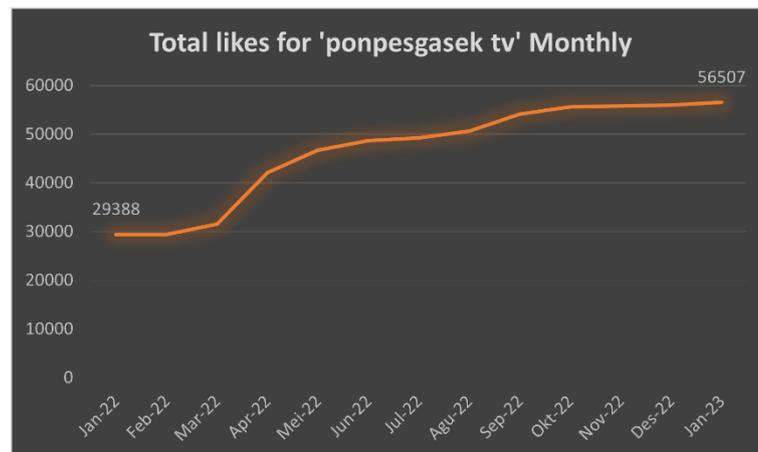
c. Tiktok

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad dibuat pada tanggal 10 September 2020. Sampai pada tanggal 30 Januari 2023 akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad sudah memposting 114 konten. Dengan jumlah konten tersebut akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad sudah berhasil mendapatkan 4.155 pengikut, 82.0763 views, 56.507 likes, dan 674 comments.

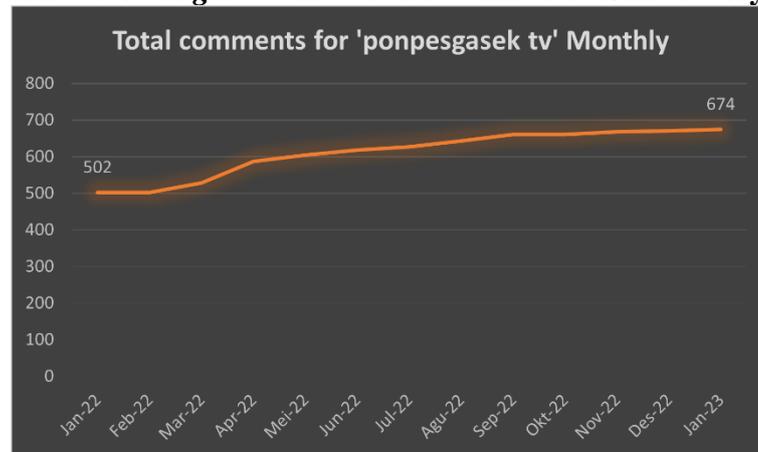
Melalui observasi terhadap akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad, oeneliti mendapatkan data perkembangan akun tiktok selama satu tahun terakhir sebagai berikut.



Gambar 4.15 Insight Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad



Gambar 4.16 Insight Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad



Gambar 4.17 Insight Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari Gambar 4.15, 4.16, dan 4.17 dapat diketahui bahwa seluruh *insight* media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami peningkatan pada kurun waktu satu tahun terakhir. Pada bulan Januari 2022 akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memperoleh 390.849 *views*, 29.388 *likes*, dan 502 *comments*. Sedangkan pada bulan Januari 2023 akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek memperoleh 820.763 *views*, 56.507 *likes*, dan 674 *comments*. Artinya selama kurun waktu satu tahun tersebut akun tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek berhasil memperoleh 429.914 *views*, 27.119 *likes*, dan 172 *komentar*.

Secara lebih rinci peneliti mendapatkan data perkembangan *insight* akun instagram Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek setiap bulannya.

TIKTOK MONTHLY STATISTICS FOR PONPEGASEK TV			
Months	Views	Likes	Comments
Total	429914	27119	172
Jan-22	0	0	0
Feb-22	0	0	0
Mar-22	69773	2109	26
Apr-22	163460	10599	59
Mei-22	64138	4602	17
Jun-22	28818	2016	14
Jul-22	6458	506	9
Agu-22	17073	1377	16
Sep-22	51921	3510	17
Okt-22	15814	1496	0
Nov-22	2330	145	8
Des-22	4312	242	2
Jan-23	5817	517	4

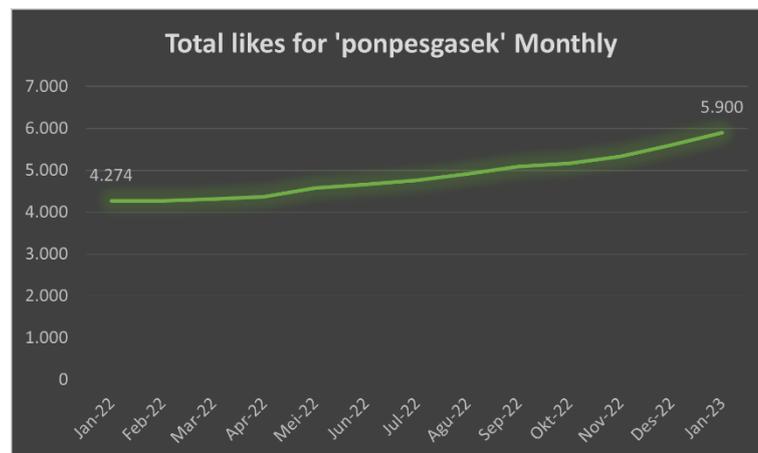
Gambar 4.18 *Insight* Tiktok Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari hasil observasi, peneliti menemukan selama bulan Januari dan Februari 2022 tidak ada konten tiktok yang di posting oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek, sehingga pada bulan Maret, akun

instagram Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami penurunan akibat tidak ada postingan selama dua bulan sebelumnya. Dari data tersebut dapat diketahui juga bahwa akun instagram milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad mendapatkan rata-rata 2.259 *likes*, 35.826 *views*, dan 14 *comments* setiap bulannya.

d. Facebook

Akun facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad terhitung pada tanggal 31 Januari 2023 memiliki pengikut sebanyak 6.700 dengan jumlah *likes* yang didapatkan sebanyak 5.900. Pada bagian ini, peneliti hanya mendapatkan data perkembangan *likes* facebook selama satu tahun terakhir sebagai berikut:

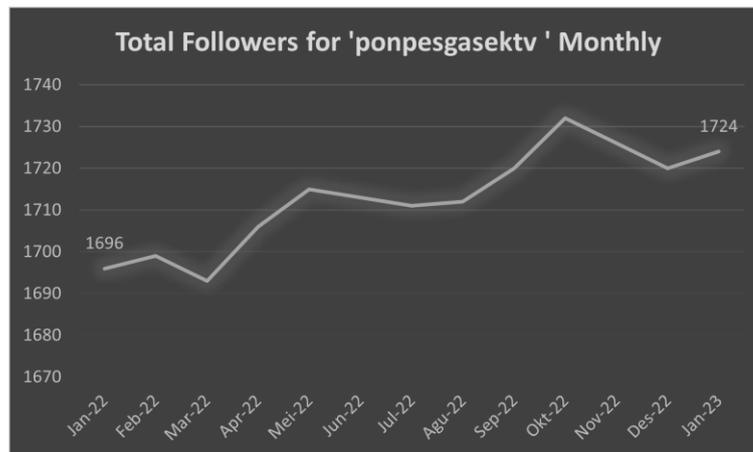


Gambar 4.19 Insight Facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Gambar 4.19 menggambarkan bahwa selama satu tahun terakhir ada kenaikan jumlah *like*. Pada bulan Januari 2022, akun facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek mendapatkan 4.274 *likes*, sedangkan pada bulan Januari 2023, akun facebook Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil mendapatkan *like* sebanyak 5.900.

e. Twitter

Akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad terhitung pada tanggal 31 Januari 2023 telah mendapatkan 1.724 *followers*, dengan jumlah tweet yang sudah dibuat sebanyak 2.135. Dari hasil observasi peneliti, akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengalami penurunan keaktifan mulai bulan Januari 2021 sampai bulan September 2022. Selama kurun waktu tersebut, akun Pondok Pesantren Sabilurrosyad tidak memposting apapun di media sosial instagram. Meskipun begitu, selama kurun waktu tersebut, akun Pondok Pesantren Sabilurrosyad tetap mengalami peningkatan jumlah *follower*. Peneliti mendapatkan data peningkatan followers akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut.



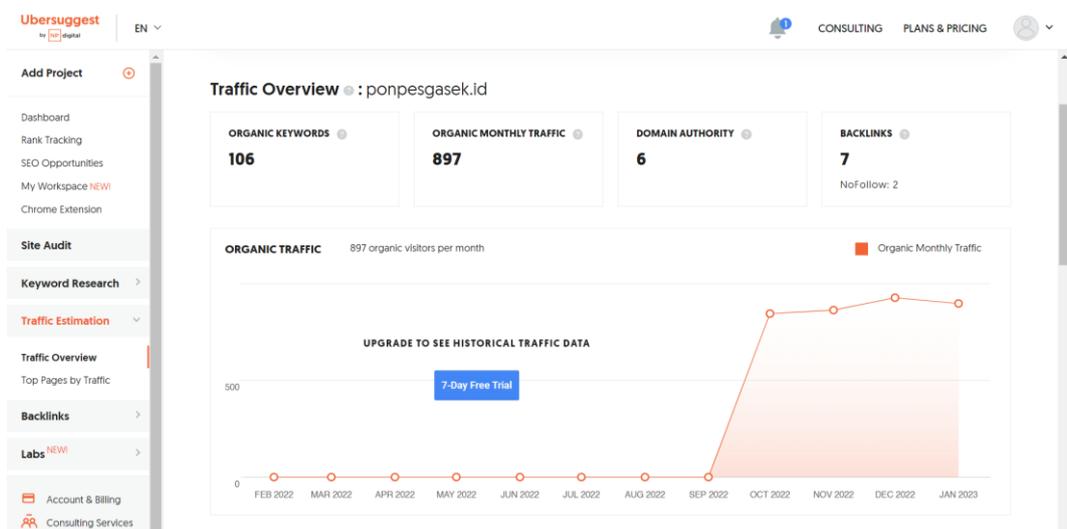
Gambar 4.20 Insight Twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Gambar 4.20 merupakan peningkatan dan penurunan follower akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek. Data tersebut dapat menjadi indikator bahwa walaupun akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad tidak aktif selama beberapa bulan, tetapi adanya akun twitter tersebut tetap mencerminkan eksistensi Pondok Pesantren Sabilurrosyad sehingga masih ada masyarakat yang tertarik untuk mengikuti akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

Setelah Pondok Pesantren Sabilurrosyad mulai aktif untuk memposting konten di twitter mulai bulan Oktober 2022, akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad tetap mengalami perkembangan *like* yang didapat. Peneliti mendapatkan data selama kurun waktu mulai bulan September 2022 sampai bulan Januari 2022, akun twitter Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil mendapatkan 117 *like* dengan jumlah postingan sebanyak 14.

f. Website

Website Pondok Pesantren Sabilurrosyad dibuat pada bulan Mei 2021. Website Pondok Pesantren Sabilurrosyad telah membuat 79 postingan di website selama kurun waktu tersebut. Pada media sosial website ini, peneliti hanya mendapatkan data secara terbatas dikarenakan fitur-fitur *insight* pada website yang sangat terbatas.



Gambar 4.21 Insight Website Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari Gambar 4.21, website Pondok Pesantren Sabilurrosyad mendapatkan rata-rata 897 pengunjung setiap bulannya. Jika

dikalkulasikan maka dari awal pembuatan website Pondok Pesantren Sabilurrosyad telah mendapatkan 17.940 pengunjung.

Peningkatan publikasi dan pencitraan diatas tentunya menimbulkan berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad, salah satunya adalah peningkatan jumlah santri setiap tahunnya. Peneliti mendapatkan data jumlah santri putra setiap tahunnya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Tahun	2021	2022	2023
Jumlah Santri	153	178	197

Selain peningkatan jumlah santri Ahmad Tajuddin Zahro'u juga memberi keterangan bahwa Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi pesantren rujukan dibidang multimedia. Banyak pondok pesantren lain yang akhirnya belajar dan mengikuti jejak Pondok Pesantren Sabilurrosyad untuk menggunakan media sosial sebagai sarana publikasi Pondok Pesantren.

Dampaknya, setelah media sosial Pondok Gasek ini booming di masyarakat, banyak pondok-pondok lain di Jawa Timur yang ingin belajar tentang multimedia. Beberapa kali saya diberi kepercayaan untuk mengisi pelatihan-pelatihan multimedia di pondok -pondok lain. Terkadang saya juga memberi kesempatan anggota Gasek Multimedia yang lain untuk mengisi pelatihan-pelatihan tersebut. Selain membawa nama baik pondok, tentunya ada benefit tersendiri yang bisa kita rasakan sebagai pegiat multimedia di pondok pesantren.⁶⁶

⁶⁶ Wawancara dengan *Ahmad Tajuddin Zahro'u*, Pendiri Gasek Multimedia di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Pada tanggal 29 Juli 2022.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga mendapatkan bantuan operasional dari berbagai pihak. Hal tersebut ditegaskan juga oleh Ahmad Tajuddin Zahro' u sebagai berikut.

Kemarin pada tahun 2021, alhamdulillah pondok kita mendapatkan bantuan operasional dari kemenag. Saat itu kemenag mengadakan program bantuan digitalisasi pesantren. Ada beberapa persyaratan dan kriteria saat itu yang ditentukan oleh Kemenag RI tentang pondok yang mendapatkan bantuan. Alhamdulillah berkat keaktifan kita di media sosial serta banyaknya antusias masyarakat terhadap media sosial yang kita miliki, alhamdulillah kita menjadi salah satu pesantren yang terpilih menjadi penerima bantuan digitalisasi pesantren tersebut. Selain itu banyak juga masyarakat dan para alumni, yang selalu mensupport secara materi maupun jasa pada saat pondok kita mengadakan kegiatan seperti halal bihalal, temu wali santri dsb.

Selain bantuan-bantuan tersebut, peneliti juga mendapati bahwa dari media sosial yang dimiliki, dengan keaktifan Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam membagikan konten, Pondok Pesantren sabilurrosyad juga mendapatkan keuntungan materi dari adsense media sosial tersebut.

Dari media sosial sendiri, terutama youtube kita juga mendapatkan tambahan biaya operasional. Walaupun tidak banyak, tetapi cukup untuk menambah biaya operasional kita. Selain itu kita juga alhamdulillah sering mendapatkan ajakan kerjasama dari organisasi-organisasi kampus untuk jasa multimedia. Biasanya dari acara UKM, HMPS, dan sebagainya kita dipercaya untuk menghandle kebutuhan live streaming maupun dokumentasi. Dari jasa tersebut tentunya kita mendapatkan keuntungan yang lumayan banyak yang kita alokasikan untuk biaya operasional dan pembelian inventaris.⁶⁷

Direktur Gasek Multimedia juga menyebutkan bahwa Gasek Multimedia sering mendapatkan kepercayaan untuk menjadi vendor multimedia pada acara-acara organisasi tersebut. Dari job tersebut,

⁶⁷ Wawancara dengan *Ahmad Tajuddin Zahro' u*, Pendiri Gasek Multimedia di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Pada tanggal 29 Juli 2022.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad mendapatkan keuntungan materi yang dialokasikan untuk operasional Gasek Multimedia dan pembelian barang-barang inventaris.

C. Temuan Penelitian

Seluruh proses manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dikelola oleh badan otonom milik pondok pesantren yang bernama Gasek Multimedia. Gasek Multimedia merupakan badan otonom milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang berisikan para santri yang memiliki keahlian di bidang multimedia. Dengan adanya badan otonom khusus di bidang multimedia ini, seluruh kebutuhan multimedia termasuk publikasi pondok pesantren melalui media sosial dapat berjalan secara rutin dan berkelanjutan.

Gasek Multimedia mempunyai struktur organisasi serta peraturan organisasi tersendiri, sehingga dalam menjalankan misi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital selalu berpedoman pada peraturan organisasi yang ada. Dalam berjalannya, Gasek Multimedia diawasi oleh pengurus pondok pesantren serta keluarga ndalem pondok pesantren.

Adapun temuan-temuan peneliti terkait implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital serta dampaknya bagi peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren adalah sebagai berikut.

1. Proses Perencanaan Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Pada proses perencanaan ini, peneliti menemukan beberapa hal yang dilaksanakan dalam upaya perencanaan manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut.

a. Menentukan tujuan

Proses perencanaan manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad diawali dengan penetapan tujuan. Adapun tujuan dari manajemen humas berbasis digital di Pondok pesantren sabilurrosyad adalah mempublikasikan seluruh informasi mengenai Pondok Pesantren Sabilurrosyad melalui media sosial kepada masyarakat seluas-luasnya. Dengan publikasi seluas-luasnya maka masyarakat lebih mengenal Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Informasi-informasi yang bersifat positif juga dapat menggiring opini masyarakat untuk selalu mendukung seluruh kegiatan Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

b. Melakukan analisis

Selanjutnya tim Gasek Multimedia melakukan analisis permasalahan dan kebutuhan masyarakat akan informasi dari pondok pesantren. Selain itu, dilakukan juga analisis mengenai peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dalam upaya manajemen humas berbasis digital, seperti pemilihan media yang digunakan dan informasi apa saja yang akan ditampilkan dalam media tersebut.

Pada tahap analisis ini, tim Gasek multimedia dapat merumuskan beberapa hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan masyarakat tentang informasi pendaftaran
- 2) Kebutuhan masyarakat tentang ilmu fiqih pada hari-hari tertentu islam, seperti ramadhan dan idul fitri.
- 3) Media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, seperti youtube, instagram, dan tiktok.

c. Merencanakan program

Hasil rumusan analisis diatas kemudian akan menjadi bahan untuk perencanaan program humas. Proses perencanaan program dilaksanakan dalam agenda rapat kerja tahunan Gasek Multimedia. Rapat tahunan dengan seluruh anggota dilaksanakan dalam rangka untuk membahas program kerja yang akan dilakukan selama satu tahun. Pada rapat tersebut setiap divisi akan merencanakan apa saja program-program atau konten-konten yang akan dibuat selama satu tahun.

2. Proses Implementasi Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren Sabilurrosyad terbagi menjadi tiga tahapan yaitu:

a. Menyusun strategi

Dalam upaya implementasi manajemen humas Gasek Multimedia memiliki strategi untuk mencapai tujuan humas. Pada tahun ini Gasek Multimedia membentuk 5 divisi dengan masing-masing tugas yang berbeda dan strategi yang berbeda pula. Dalam pelaksanaannya kelima divisi tersebut saling berkolaborasi untuk mengimplementasikan masing-

masing program yang dimiliki. Dengan adanya kolaborasi tersebut, membuat seluruh program dapat terselesaikan dengan baik.

b. Melaksanakan strategi

Setelah strategi berhasil dirumuskan, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Dalam pelaksanaan setiap anggota yang sudah diberi tugas menjalankan tugasnya sesuai strategi yang sudah disusun. Pada proses implementasi ini, peneliti menemukan perbedaan strategi yang disusun pada setiap divisi. Perbedaan strategi di setiap divisi, disesuaikan dengan kebutuhan pelaksanaan program. Dengan bentuk penyesuaian strategi seperti itu, seluruh program dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan.

Berjalannya proses implementasi ini diawasi sepenuhnya oleh tim admin serta para keluarga pondok pesantren. dengan adanya sistem pengawasan tersebut setiap program dapat terlaksana sesuai jadwal, serta seluruh informasi yang dibagikan melalui media sosial merupakan informasi yang valid dan layak disebarluaskan.

c. Mengevaluasi strategi

Evaluasi di Gasek Multimedia dilakukan melalui forum rapat evaluasi triwulan. Pada rapat tersebut program yang sudah selesai dilaksanakan akan dievaluasi. Hasil dari evaluasi dijadikan pedoman untuk program yang akan dilaksanakan pada bulan-bulan selanjutnya sehingga program yang akan dijalankan pada bulan berikutnya berjalan dengan lebih baik.

3. Hasil/Output Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Hasil atau output dari implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurosyad ini berupa konten-konten yang ada di media sosial. Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki enam media sosial yaitu, youtube, instagram, tiktok, twitter, facebook, dan website. Melalui media sosial tersebut Pondok Pesantren Sabilurrosyad membagikan informasi-informasi yang dapat menarik perhatian masyarakat. Konten-konten yang dibagikan terdiri dari:

a. Youtube

- 1) Live streaming pengajian rutin
- 2) Live streaming kegiatan eventual pondok pesantren
- 3) Live streaming kegiatan rutin pondok pesantren
- 4) Video panduan ubudiyah
- 5) Podcast
- 6) Cover music religi
- 7) Tilawah
- 8) Film pendek
- 9) Konten eventual pondok pesantren

b. Instagram, twitter, dan facebook

- 1) Ucapan hari besar nasional
- 2) Ucapan hari besar agama Islam
- 3) Prestasi yang diperoleh pondok pesantren
- 4) Ucapan kepada keluarga Pondok Pesantren

- 5) Informasi acara pondok pesantren
 - 6) Ucapan motivasi dari para Kyai
 - 7) Konten ilmu agama
- c. Tiktok yang berisikan video pendek yang bersifat random. Tidak ada segmen atau tema khusus dalam konten tiktok. Video pendek tersebut berupa Behind The Scene pembuatan konten, Cuplikan pengajian dari Kyai Marzuqi Mustamar, dan dokumentasi kegiatan pondok pesantren.
- d. Website
- 1) Pendaftaran, yang berisikan tentang informasi pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek.
 - 2) Tentang Pesantren, yang berisi tentang profil pondok pesantren.
 - 3) Berita, yang berisi laporan-laporan berita seputar pondok pesantren.
 - 4) Pena Santri, segmen ini berisi tentang tulisan karya ilmiah yang berasal dari santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek.
 - 5) Khutbah, yang berisikan khutbah singkat KH. Marzuqi Mustamar.
 - 6) Lentera Hati, berisikan tentang kajian islam dari Kyai dan tulisan-tulisan artikel seputar kepesantrenan.

4. Dampak Penerapan Hubungan Masyarakat Berbasis Digital Terhadap Peningkatan Publikasi Dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang

Salah satu keuntungan penggunaan media sosial sebagai upaya manajemen hubungan masyarakat berbasis digital adalah bisa mengetahui secara data hasil dari manajemen hubungan masyarakat berbasis digital.

Dalam hal ini peneliti mendapatkan data-data mengenai jumlah *followers, likes, comments*, dan *views* dari berbagai fitur yang ada pada media sosial. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2 Total *Insight* Media Sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad

No.	Media Sosial	Konten	<i>Pengikut</i>	<i>Views</i>	<i>Like</i>	<i>Comment</i>
1	Youtube	2.008	62.400	6.288.145	-	-
2	Instagram	1.428	23.462	-	838.737	1.786
3	Tiktok	114	4.155	820.763	56.507	674
4	Twitter	2.135	1.730	-	-	-
5	Facebook	-	6.700	-	5.900	-
6	Website	79	-	17.940	-	-

Tabel 4.1 menunjukkan hasil yang sudah dicapai oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek melalui media sosial. Jumlah pengikut dan *views* dapat menjadi indikator bahwa melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat meningkatkan jumlah publikasi mereka. Sementara itu, *like* dan *comments* yang merupakan bentuk *feedback* masyarakat terhadap konten yang dibagikan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat menjadi indikator bahwa melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad bisa meningkatkan pencitraan pondok pesantren. Peneliti juga menemukan bahwa seluruh komentar yang disampaikan masyarakat terhadap konten media sosial merupakan bentuk *feedback* positif berupa apresiasi dan saran baik kepada Pondok pesantren Sabilurrosyad.

Peneliti juga melakukan teknik analisis data dengan melihat perkembangan *insight* media sosial selama satu tahun terakhir. Hasil yang didapatkan adalah seluruh *insight* media sosial selama satu tahun terakhir

mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi di seluruh media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Dari peningkatan publikasi dan pencitraan diatas, ada beberapa keuntungan yang didapatkan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut.

- a. Peningkatan jumlah santri
- b. Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi pesantren rujukan dalam bidang multimedia
- c. Mendapatkan keuntungan ekonomi dari hasil *adsense* media sosial
- d. Mendapatkan bantuan operasional dari pemerintah, masyarakat, dan alumni

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan temuan penelitian secara mendalam tentang manajemen humas berbasis digital serta dampaknya terhadap peningkatan publikasi dan pencitraan di pondok pesantren. Temuan penelitian tersebut akan dikombinasikan dengan teori yang ada untuk mendapatkan konsep manajemen humas berbasis digital di pondok pesantren.

A. Perencanaan Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Berdasarkan temuan penelitian pada bab sebelumnya, perencanaan manajemen humas berbasis digital terbagi menjadi tiga bagian, yaitu penentuan tujuan, analisis permasalahan, dan perencanaan program. Empat hal tersebut memiliki kemiripan dengan teori-teori perencanaan yang ada. Yang pertama Juwito menjelaskan bahwa perencanaan meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan apa yang akan terjadi.⁶⁸ Teori kedua menyebutkan bahwa dalam proses perencanaan humas, ada beberapa hal yang harus ditentukan yaitu mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan.⁶⁹

Secara lebih rinci, peneliti akan menjelaskan korelasi temuan penelitian dengan teori perencanaan humas berbasis digital sebagai berikut:

⁶⁸ Juwito, *Public Relations*, hlm. 25.

⁶⁹ Somad dan Juni, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, hlm. 245.

1. Penentuan tujuan

Dari temuan penelitian, hal pertama yang dilakukan dalam perencanaan adalah penentuan tujuan. Tujuan dari Gasek Multimedia adalah mempublikasikan seluruh informasi mengenai Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Dengan publikasi seluas-luasnya maka masyarakat lebih mengenal Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Informasi-informasi yang bersifat positif juga dapat menggiring opini masyarakat untuk selalu mendukung seluruh kegiatan Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Tujuan tersebut menjadi acuan bagi Gasek Multimedia untuk menetapkan sasaran humas berbasis digital serta menjadi tolak ukur keberhasilan program yang akan direncanakan.

Temuan penelitian tersebut sejalan dengan teori Stephen P. Robbins yang menjelaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat guna menggiring opini masyarakat terhadap sebuah organisasi sehingga tercipta sebuah hubungan integratif yang saling menguntungkan.⁷⁰ Teori lain menyebutkan bahwa tujuan ditentukan untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.⁷¹

2. Melakukan analisis

Berdasarkan temuan penelitian tim Gasek multimedia melakukan analisis terlebih dahulu. Analisis tersebut meliputi analisis mengenai permasalahan dalam masyarakat seputar pondok pesantren serta informasi

⁷⁰ Sopian, *Public relations Writing Konsep, Teori, Praktik*, hlm. 3.

⁷¹ Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*, 76.

yang dibutuhkan masyarakat dari pondok pesantren. Analisis selanjutnya adalah analisis media sosial yang sedang trending di masyarakat. Dari analisis tersebut akan menghasilkan sebuah rumusan apa saja yang harus diprogramkan oleh Gasek Multimedia.

Temuan diatas sejalan dengan teori yang diutarakan oleh Somad dan Juni. Praktisi humas di pesantren harus bisa memahami permasalahan yang ada di masyarakat. Permasalahan tersebut bisa berupa rincian kebutuhan masyarakat akan pondok pesantren, harapan-harapan masyarakat terhadap pondok pesantren, atau informasi-informasi dari pesantren yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁷² Hasil identifikasi digunakan sebagai acuan bagi praktisi humas di pesantren untuk menentukan program kehumasan yang akan dilaksanakan.

3. Perencanaan program

Selanjutnya Somad menjelaskan bahwa dari hasil identifikasi permasalahan-permasalahan terkait hubungan masyarakatan, praktisi hubungan masyarakat dapat menyimpulkan program-program hubungan masyarakatan yang cocok dan dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sasaran utama hubungan masyarakat di pesantren.

Teori diatas sejalan dengan temuan penelitian, perencanaan program humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dilaksanakan melalui forum rapat tahunan. Dalam forum itu dibahas program-program apa saja yang akan dijalankan selama satu tahun dengan mempertimbangkan hasil analisis yang telah dilakukan.

⁷² Somad dan Juni, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, 245.

Perencanaan penggunaan platform juga dibahas dalam forum ini. Platform media sosial yang cocok dan sesuai dengan kondisi akan digunakan selama satu tahun kedepan. Selain itu, temuan peneliti terkait fakta dilapangan tentang perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital yang terjadi di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah penjadwalan konten yang dilaksanakan setiap bulan disusun berdasarkan kebutuhan masyarakat dan event-event yang ada pada bulan tersebut. Dengan penjadwalan seperti ini, kebutuhan-kebutuhan masyarakat terhadap informasi akan dapat terjawab melalui konten yang ada di media sosial.

Secara keseluruhan, tahap perencanaan diatas sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rais. Dalam penelitian tersebut Rais menjelaskan bahwa perencanaan humas dilakukan dengan penetapan tujuan, sasaran, dan program kehumasan yang akan dilakukan. Sebelum perencanaan dilakukan, terlebih dahulu menganalisis kondisi yang ada dilingkungan pendidikan terkait dengan *need assesmen*.⁷³

B. Implementasi Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Cakupan manajemen humas yang sangat luas mengharuskan Gasek Multimedia memiliki strategi-strategi dalam implementasinya. Strategi tersebut disesuaikan dengan kondisi lapangan yang ada.

⁷³ Wendi Rais, "Implementasi Manajemen Pendidikan Islam Dalam Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat dengan Sekolah," *Econos: Jurnal Ekonomi dan Sosial* 10, no. 1 (Maret 2019): 71.

Pada tahap implementasi ini peneliti menemukan kesamaan antara fakta dilapangan dengan teori yang ada. Implementasi manajemen hubungan masyarakat merupakan proses realisasi seluruh rencana-rencana yang sudah disusun sebelumnya. Cakupan manajemen hubungan masyarakat yang luas membuat organisasi harus mempunyai strategi untuk mengaktualisasikan hubungan masyarakat ini. Peran manajemen strategi dalam aktualisasi hubungan masyarakat harus dilakukan berdasarkan kondisi dan kebutuhan organisasi. Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.⁷⁴

Secara lebih rinci Ruslan Rosady membagi proses strategi ini menjadi tiga yaitu, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.⁷⁵ Maka dalam hal ini peneliti menemukan tahapan-tahapan dalam implementasi strategi manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai berikut:

1. Penyusunan strategi

Rumusan analisis yang sudah diperoleh kemudian dirumuskan untuk menentukan sebuah rencana aplikasi program hubungan masyarakat. Rumusan tersebut menjadi inti strategi dalam pelaksanaan hubungan masyarakat.⁷⁶

⁷⁴ Rosady, *Manajemen Public relation dan Media Komunikasi*, hlm. 110.

⁷⁵ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 15.

⁷⁶ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 31.

Strategi awal yang dilakukan di Gasek Multimedia adalah pembentukan 5 divisi, dimana pada masing-masing divisi tersebut mempunyai program yang berbeda tetapi pada pelaksanaannya saling berkolaborasi untuk mencapai tujuan program kehumasan. Strategi ini merupakan bentuk penyesuaian Gasek Multimedia dengan kendala berupa kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang ada. Penyesuaian strategi ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ahmad yang menyebutkan bahwa penentuan strategi yang tepat harus diawali dengan identifikasi, analisa, dan diagnosa atas kesempatan yang ada dalam lingkungan.⁷⁷

Selanjutnya proses implementasi humas berbasis digital dilakukan dengan penyusunan strategi di setiap divisi. Penyusunan strategi dalam hal ini meliputi pembentukan tim kerja serta tugasnya, dan penentuan timeline pelaksanaan program. Pada proses penyusunan strategi ini, peneliti menemukan perbedaan strategi yang disusun pada setiap divisi. Adanya perbedaan tersebut dikarenakan setiap divisi memiliki jenis output yang berbeda pula. Dengan penyesuaian strategi yang dilakukan di Gasek Multimedia seluruh program kehumasan digital dapat berjalan dengan baik.

2. Pelaksanaan strategi

Setelah strategi berhasil dirumuskan, maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Serangkaian program yang telah dirumuskan kemudian dilaksanakan dengan semaksimal mungkin.⁷⁸ Dalam pelaksanaan setiap

⁷⁷ DR. Ir. AHMAD, AC, ST, MM, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 53.

⁷⁸ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 31.

anggota yang sudah diberi tugas akan menjalankan tugasnya sesuai strategi yang sudah disusun. Pelaksanaan strategi disini diawali dari tahap pembuatan konten dilanjutkan dengan pengecekan apakah konten tersebut sudah layak untuk dibagikan sampai pada akhirnya konten tersebut dipublish melalui media sosial. Konten yang sudah dipublish selanjutnya dibagikan melalui grup-grup whatsapp agar semakin banyak masyarakat yang mengakses konten tersebut.

Pengontrolan pada tahap ini perlu dilakukan agar program kehubungan masyarakatan yang telah dilakukan dapat berjalan sesuai apa yang telah direncanakan.⁷⁹ Berjalannya pelaksanaan ini diawasi sepenuhnya oleh tim admin serta para keluarga pondok pesantren. Pengawasan tersebut merupakan bentuk *controlling* agar setiap program terlaksana sesuai jadwal, serta seluruh informasi yang dibagikan melalui media sosial merupakan informasi yang valid dan layak disebarluaskan. Sebagai bentuk *controlling*, tim admin juga selalu memastikan agar seluruh program terlaksana sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

3. Evaluasi program

Proses terakhir yang dilakukan adalah mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai acuan untuk perumusan dan pelaksanaan program-program kehubungan masyarakatan yang akan datang.⁸⁰

⁷⁹ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 31.

⁸⁰ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* hlm. 31.

Setelah konten-konten berhasil di sebarluaskan melalui media sosial, maka tahapan selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi di Gasek Multimedia dilakukan melalui forum rapat evaluasi triwulan. Pada rapat tersebut program yang sudah selesai dilaksanakan akan dievaluasi. Hasil dari evaluasi dijadikan pedoman untuk program yang akan dilaksanakan pada bulan-bulan selanjutnya.

C. Hasil/Output Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Linggar Anggoro berpendapat bahwa ada dua hal yang bisa dipilih oleh pesantren sebagai bentuk kegiatan kehubungan masyarakatan, yaitu:⁸¹

1. Memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan yang ada di pesantren kepada masyarakat. Kegiatan ini dapat membuat masyarakat mengenal lebih jauh tentang pesantren. Kegiatan-kegiatan yang dipandang baik di mata masyarakat akan menimbulkan rasa kepercayaan bagi masyarakat bahwa pesantren memang menjadi sebuah lembaga pendidikan yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat.
2. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang segala bentuk kebijakan-kebijakan yang ada di pesantren seperti kebijakan akademis, keuangan, pembangunan, aturan, dsb. Melalui keterbukaan pesantren terhadap masyarakat dapat membuat masyarakat menghilangkan sikap keraguannya terhadap pesantren.

⁸¹ Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*, hlm. 97.

Sesuai dengan teori diatas Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam upaya implementasi hubungan masyarakat berbasis digital selalu membagikan informasi seputar kegiatan-kegiatan pondok pesantren. Adanya berbagai macam media sosial juga menjadikan informasi-informasi tersebut disampaikan dalam berbagai bentuk seperti teks narasi, gambar, maupun video.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad memiliki enam media sosial yaitu youtube, instagram, tiktok, facebook, twitter, dan website. Melalui enam media sosial tersebut informasi-informasi mengenai kegiatan dan kebijakan pondok pesantren disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan enam media sosial tersebut juga merupakan bentuk upaya Pondok Pesantren Sabilurrosyad agar informasi yang dibagikan sampai kepada seluruh kalangan masyarakat.

Tidak hanya informasi kegiatan dan kebijakan pondok pesantren, melalui media sosial tersebut, Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga membagikan konten-konten hiburan yang bermakna seperti podcast, film pendek, dan sholawat. Selain itu, melalui media sosial, Pondok Pesantren sabilurrosyad juga menyampaikan konten keilmuan seperti kajian fiqhiyah, panduan beribadah, dan khutbah jum'at yang bisa menjadi jawaban atas permasalahan keagamaan masyarakat.

D. Dampak Hubungan Masyarakat Berbasis Digital Untuk Peningkatan Publikasi Dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Berdasarkan temuan penelitian pada bab sebelumnya, dari peningkatan publikasi dan pencitraan, ada beberapa keuntungan yang didapatkan oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad:

1. Peningkatan jumlah santri

Meningkatnya jumlah santri menjadi bukti bahwa Pondok Pesantren Sabilurrosyad lebih banyak dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Ali Liliweri menjelaskan bahwa publikasi adalah upaya memperkenalkan organisasi melalui informasi-informasi yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan agar khalayak umum memiliki rasa tertarik dan memberi dukungan terhadap organisasi.⁸² Tujuan utama publikasi adalah mengenalkan sebuah organisasi di masyarakat, sehingga organisasi tersebut mendapat pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Peningkatan jumlah santri yang terjadi di Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi indikator keberhasilan pondok pesantren dalam mencapai tujuan hubungan masyarakat berbasis digital yaitu publikasi pondok pesantren untuk memperkenalkan pondok pesantren kepada masyarakat dan memperoleh dukungan dari masyarakat. Melalui informasi-informasi positif seputar pondok pesantren yang dibagikan, masyarakat dapat mengetahui kualitas pada lembaga pendidikan.

Konsep diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh hasan dan ainun. Mereka menemukan bahwa Sebagian besar yang diposting oleh humas untuk meningkatkan citra lembaganya adalah dengan mempublikasikan prestasi-prestasi yang pernah di raih oleh siswanya. Dengan postingan ini juga salah satu strategi untuk meningkatkan citra, yang secara langsung follower yang melihatnya tahu bahwa sekolah ini memiliki kualitas yang

⁸² Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, 143.

sangat bagus.⁸³ Penelitian lain juga menyebutkan bahwa Dengan strategi hubungan masyarakat pendidikan berbasis media sosial tahun terakhir dilakukan oleh lembaga pendidikan dapat meningkatkan minat calon siswa untuk sekolah di lembaga pendidikan tersebut. Karena semakin mudah akses yang dapat dilihat melalui media sosial sebagai penunjang proses manajemen strategi pemasaran pendidikan yang di terima oleh kalangan masyarakat, orangtua siswa, bahkan calon siswa sebagai objek startegi pemasaran.⁸⁴

2. Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi pesantren rujukan dalam bidang multimedia

Berdasarkan temuan penelitian pada bab sebelumnya, banyak pondok pesantren lain yang melakukan studi dengan Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam bidang multimedia. Keberhasilan Pondok Pesantren Sabilurrosyad dalam mengelola media sosial yang dimiliki menjadi sebuah *branding* tersendiri bagi pondok pesantren. G. Dowling dalam suwatno mendefinisikan citra organisasi sebagai *“the global evaluation (comprised of a set of beliefs and feelings) a person has about an organization”*.⁸⁵ Artinya citra sebuah organisasi merupakan bentuk penilaian global terhadap sebuah organisasi.

Dalam hal ini Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil mendapatkan penilaian positif dari pondok pesantren lain dalam bidang multimedia, sehingga Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi rujukan bagi pondok pesantren lain di bidang multimedia.

⁸³ Hasan Sazali dan Ainun Sukriah, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) OLEH HUMAS SMAU CT FOUNDATION SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (September 2021): 159.

⁸⁴ Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh, “MANAJEMEN STRATEGIK PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL,” *journal of management Review* 4, no. 3 (t.t.): 547.

⁸⁵ Suwatno, *Pengantar Public Relations Kontemporer*, hlm. 45.

3. Mendapatkan tambahan dana dari hasil adsense media sosial

Adsense media sosial didapatkan ketika konten dalam media sosial di tonton oleh masyarakat. Berdasarkan temuan penelitian, media sosial milik Pondok Pesantren Sabilurrosyad telah berhasil untuk mendapatkan adsense. Hal tersebut dikarenakan konten-konten yang ada di media sosial merupakan konten yang diminati oleh masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk melihat konten tersebut.

4. Mendapatkan bantuan operasional dari pemerintah, masyarakat, dan alumni

Bantuan operasional dari masyarakat, pemerintah, dan alumni merupakan bentuk dukungan mereka terhadap pondok pesantren. hal tersebut dikarenakan pondok pesantren berhasil memperkenalkan diri dan menggiring opini masyarakat agar mereka mendukung pondok pesantren. hal tersebut dikuatkan dengan teori yang dari Liliweri yang menyebutkan bahwa Publikasi adalah upaya memperkenalkan organisasi melalui informasi-informasi yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan agar khalayak umum memiliki rasa tertarik dan memberi dukungan terhadap organisasi tersebut.⁸⁶ Tujuan utama publikasi adalah mengenalkan sebuah organisasi di masyarakat, sehingga organisasi tersebut mendapat pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Dukungan yang datang kepada pondok pesantren merupakan indikator keberhasilan hubungan masyarakat yang dilakukan.

Temuan-temuan diatas dapat menjadi bukti terciptanya sebuah konsep hubungan masyarakat yang ideal melalui media sosial. Melalui media sosial, pondok pesantren membagikan informasi-informasi mengenai pondok pesantren

⁸⁶ Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, hlm. 143.

dan ilmu-ilmu keagamaan melalui media sosial. Informasi dan ilmu tersebut dikemas menjadi sebuah konten yang menarik, sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menangkap informasi yang disampaikan. Konsep hubungan masyarakat menurut Islam juga telah terealisasi melalui media sosial. Masyarakat dapat mengenal dan memahami pondok pesantren melalui media sosial. Selain itu konsep saling mengasihi dan kerjasama dapat tercipta ketika pondok peantren menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, dan masyarakat bisa memberi feedback melalui fitur-fitur media sosial yang ada. Dengan hubungan seperti itu maka akan tercipta sebuah hubungan yang saling menguntungkan dan dapat tercapai sebuah kerjasama untuk kebaikan bersama.

Temuan penelitian diatas sesuai dengan teori-teori kehumasan. Menurut Effendi sebagaimana dikutip oleh Maskur hubungan masyarakat merupakan bentuk fungsi manajemen yaitu, keberlanjutan dan rencana berkarakter, bersifat umum maupun pribadi, secara institusi serta organisasi, untuk menciptakan pengertian, simpati, dan dukungan dari masyarakat terkait dengan cara menilai pendapat umum, guna mengkorelasikan kebijakan dan tata cara mereka dengan bentuk menyebarluaskan informasi yang terencana untuk menciptakan kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.⁸⁷ Dalam Islam konsep komunikasi hubungan masyarakat dapat dikiasikan dengan konsep: *ta'aruf* (saling mengenal), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mengasihi), dan *ta'awun* (saling kerjasama).⁸⁸

⁸⁷ Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*, hlm. 14.

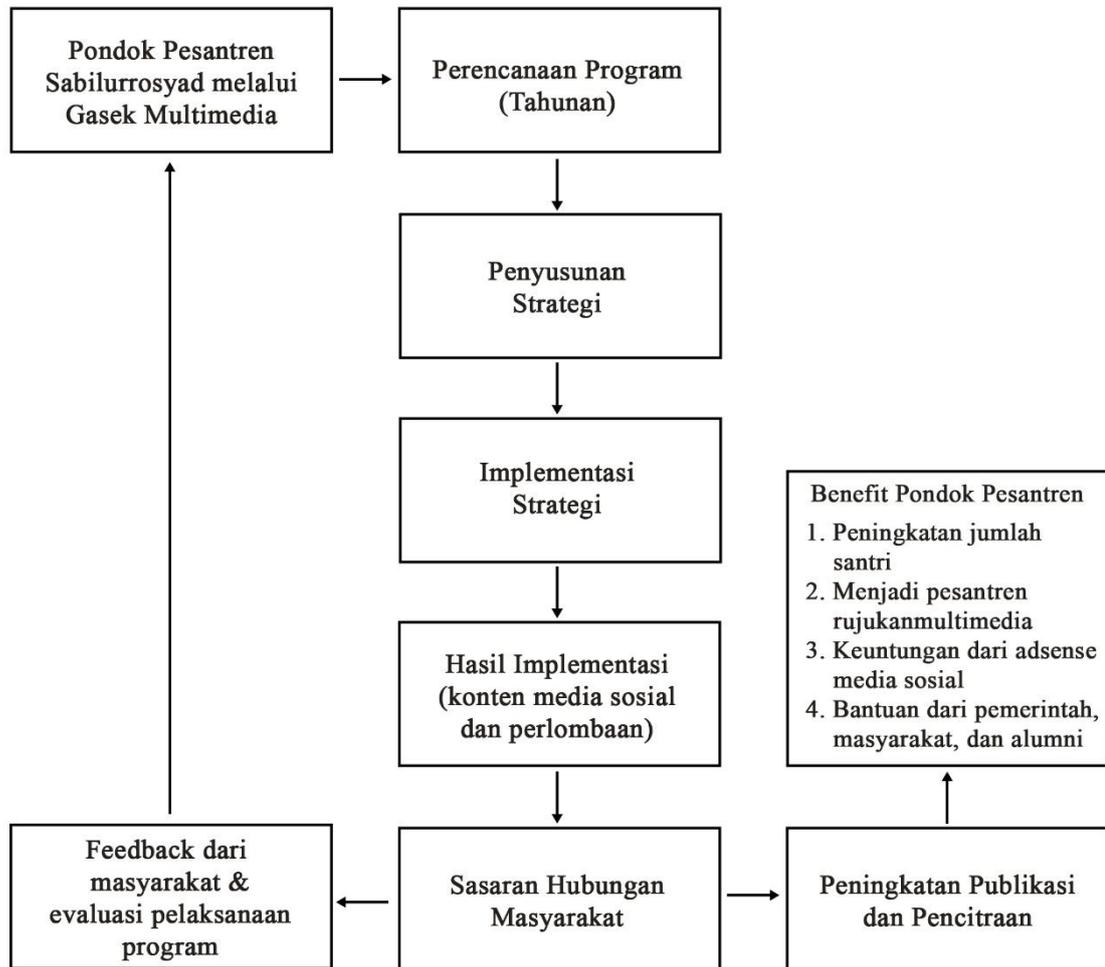
⁸⁸ Maskur, hlm. 15.

Sedangkan fungsi dan peran humas menurut Stephen P. Robbins terbagi menjadi 3 bagian yaitu, fungsi kontrol, fungsi informasi, dan fungsi integratif.⁸⁹ Fungsi kontrol berarti hubungan masyarakat dalam organisasi berperan sebagai pengontrol opini masyarakat terhadap organisasi tersebut. Fungsi informasi berarti melalui hubungan masyarakat sebuah organisasi dituntut untuk selalu menyampaikan informasi kepada masyarakat. Fungsi integratif berarti hubungan masyarakat berperan sebagai penyelar opini masyarakat terhadap organisasi. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa manajemen hubungan masyarakat memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat guna menggiring opini masyarakat terhadap sebuah organisasi sehingga tercipta sebuah hubungan integratif yang saling menguntungkan.

Melalui konten media sosial pondok pesantren bisa menjalankan fungsi pengontrolan yaitu menggiring opini masyarakat terhadap pondok pesantren. Melalui media sosial pondok pesantren juga berhasil menyelaraskan pemikiran antara organisasi dan masyarakat dibuktikan dengan dukungan-dukungan dari masyarakat terhadap pondok pesantren.

⁸⁹ Sopian, *Public relations Writing Konsep, Teori, Praktik*, hlm. 3.

Secara konseptual, implementasi manajemen hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 5.1 Kerangka Konseptual Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital di Pondok pesantren Sabilurrosyad

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad

Perencanaan hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad meliputi:

- a. Penentuan tujuan, tujuan dari program hubungan masyarakat berbasis digital yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah publikasi informasi pondok pesantren seluas-luasnya.
- b. Analisis permasalahan dan kebutuhan masyarakat akan informasi seputar pondok pesantren. Selain analisis permasalahan dilakukan juga analisis media sosial yang sering sedang trend di masyarakat
- c. Penyusunan program kehumasan berdasarkan hasil analisis yang dilaksanakan melalui forum rapat kerja tahunan Gasek Multimedia. Penyusunan program berdasarkan analisis ini memiliki tujuan agar seluruh program kehumasan berbasis digital dapat sampai kepada masyarakat seluas-luasnya. Hal ini sesuai dengan anggaran dasar Gasek Multimedia yang memiliki tujuan sebagai sarana dokumentasi dan publikasi Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

2. Implementasi hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad

Manajemen humas berbasis digital di Pondok Pesantrenn Sabilurrosyad dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Penyusunan strategi pelaksanaan program kehumasan yang meliputi pembentukan tim kerja dan timeline pelaksanaan program.
 - b. Pelaksanaan program sesuai dengan strategi, dalam pelaksanaannya setiap program mendapatkan pengawasan yang dilakukan oleh para ustadz dan kyai untuk memastikan program yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah program yang baik dan benar.
 - c. Evaluasi program yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali melalui forum rapat evaluasi triwulan.
3. Hasil/output hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad

Hasil dari manajemen hubungan masyarakat berbasis digital adalah berupa konten-konten yang dibagikan melalui media sosial Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Ada enam media sosial yang dimiliki yaitu, youtube, instagram, tiktok, facebook, twitter, dan website. Selain itu Pondok Pesantren Sabilurrosyad juga aktif mengikuti perlombaan multimedia. Program-program yang dibagikan melalui media sosial maupun yang dilombakan terdiri dari:

Media Sosial	Jenis Konten
Youtube	Live streaming pengajian rutin, Live streaming kegiatan eventual pondok pesantren, Live streaming kegiatan rutin pondok pesantren, Video panduan ubudiyah, Podcast, Cover music religi, Tilawah, Film pendek, Konten eventual pondok pesantren

Instagram, twitter, dan facebook	Ucapan hari besar nasional, Ucapan hari besar agama Islam, Prestasi yang diperoleh pondok pesantren, Ucapan kepada keluarga Pondok Pesantren, Informasi acara pondok pesantren, Ucapan motivasi dari para Kyai, Konten ilmu agama.
Tiktok	Behind The Scene pembuatan konten, Cuplikan pengajian dari Kyai Marzuqi Mustamar, dan dokumentasi kegiatan pondok pesantren.
Website	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pendaftaran, yang berisikan tentang informasi pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek. 2) Tentang Pesantren, yang berisi tentang profil pondok pesantren. 3) Berita, yang berisi laporan-laporan berita seputar pondok pesantren. 4) Pena Santri, segmen ini berisi tentang tulisan karya ilmiah yang berasal dari santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek. 5) Khutbah, yang berisikan khutbah singkat KH. Marzuqi Mustamar. 6) Lentera Hati, berisikan tentang kajian islam dari Kyai dan tulisan-tulisan artikel seputar kepesantrenan.

4. Dampak hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren

Sabilurrosyad untuk peningkatan publikasi dan pencitraan

Hubungan masyarakat berbasis digital di Pondok Pesantren Sabilurrosyad membawa dampak positif bagi peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya *followers, views, like, dan positif comment*. Jumlah tersebut terus meningkat setiap bulannya. Selain itu prestasi-prestasi yang diraih dari ajang perlombaan multimedia juga menimbulkan peningkatan publikasi dan pencitraan pondok pesantren.

Adapun dampak peningkatan publikasi dan pencitraan bagi Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan jumlah santri
- b. Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi pesantren rujukan dalam bidang multimedia
- c. Mendapatkan keuntungan ekonomi dari hasil adsense media sosial
- d. Mendapatkan bantuan operasional dari pemerintah

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti menyarankan kepada:

1. Kepada lembaga pendidikan Pondok Pesantren Sabilurrosyad agar mencitrakan lembaganya sebagai pondok pesantren mahasiswa yang unggul dalam bidang multimedia. Hal tersebut tentunya akan membuat image tersendiri bagi pondok pesantren.
2. Kepada lembaga pendidikan lain agar memanfaatkan media sosial sebagai bentuk hubungan masyarakat. Karena media sosial pada saat ini merupakan

teknologi yang sedang trend di masyarakat dan dapat digunakan secara praktis dan mudah oleh lembaga pendidikan. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi acuan untuk melaksanakan program hubungan masyarakat berbasis digital.

3. Bagi peneliti lain, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk penelitian lain yang berhubungan dengan hubungan masyarakat berbasis digital serta penggunaan media sosial bagi lembaga pendidikan.

Daftar Rujukan

- Al Furqan. *Konsep Pendidikan Islam Pondok Pesantren dan Upaya Pembedahannya*. Padang: UNP Press, 2015.
- Anggoro, Linggar. *Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Dakir. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media, 2002.
- DR. Ir. AHMAD, AC, ST, MM. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.
- Gregory Herbert, Ezeah. "Digital Public Relations: A New Strategy in Corporate management." *Nsukka Journal of the Humanities*, no. 15 (2005).
- Gustiawati, Syarifah. "MODERNISASI SISTEM PENDIDIKAN PESANTREN." *Jurnal Universitas Ibnu Khaldun Bogor*, t.t., 19.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, dan Roushandy Asri Fardani. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hasyim, Muhammad. "Modernisasi Pendidikan Pesantren dalam Perspektif KH. Abdurrahman Wahid." *Jurnal Studi Keislaman 2*, no. 2 (Desember 2016).
- Indra, Hasbi. *Pesantren dan Transformasi Sosial: Studi Atas pemikiran K.H. Abdullah Syafi'ie dalam Bidang Pendidikan Islam*. Jakarta: Penamadani, 2005.

- Junaidi, Kholid. "Sistem Pendidikan Pondok pesantren di Indonesia." *Jurnal Pendidikan islam ISTAWA* 2, no. 1 (Desember 2016).
- Juwito. *Public Relations*. Surabaya: UPN Press, 2008.
- Kompri. *Manajemen dan Kepemimpinan Pondok Pesantren*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Liliweri, Ali. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Maskur. *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Mastuhu. *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*. Jakarta: INIS, 1994.
- Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Mukarom, Zainal, dan Muhibudin Wijaya. *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia, 2015.
- Ningrum. "Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap MAN 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017." *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* 5, no. 1 (2017).
- Nungky Permatasari, Alfelia, Endang Soelistiyowati, I Gusti Ayu Putu Puji Suastami, dan Riski Apriliani Johan. "Digital Public Relations: Trend and Required Skills." *Jurnal Aspikom* 6, no. 2 (Juli 2021).
- Nurmalasari, Neneng, dan Imas Masitoh. "MANAJEMEN STRATEGIK PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL." *journal of management Review* 4, no. 3 (t.t.): 543–48.

- Rais, Wendi. “Implementasi Manajemen Pendidikan Islam Dalam Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat dengan Sekolah.” *Econos: Jurnal Ekonomi dan Sosial* 10, no. 1 (Maret 2019): 55–73.
- Rizal, Saifur. “Humas dalam Perspektif Manajemen Pendidikan Islam.” *Jurnal Pendidikan dan Kependidikan Idarah* 3, no. 1 (Juni 2019).
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Public relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- S. Gassing, Syarifuddin, dan Suryanto Seno. *Public relations*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Salim, dan Haidir. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Sazali, Hasan, dan Ainun Sukriah. “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) OLEH HUMAS SMAU CT FOUNDATION SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (September 2021): 147–60.
- Somad, Rismi, dan Donni Juni. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sopian. *Public relations Writing Konsep, Teori, Praktik*. Jakarta: Kompas gramedia, 2016.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Suwatno. *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2018.
- Syafaruddin. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Ciputat Press, 2005.

- Takdir, Mohammad. *Modernisasi Kurikulum Pesantren*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2018.
- Taufiqurokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.
- Wahid, Abdurrahman. *Bunga Rampai pesantren*. Jakarta: Penerbit Dharma Bakti, 1979.
- Yasid, Abu. *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2018.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.

LAMPIRAN

1. Surat izin penelitian

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang http://fik.uin-malang.ac.id, email : fik@uin_malang.ac.id</p>													
Nomor	: 62/Un.03.1/TL.00.1/01/2023	10 Januari 2023												
Sifat	: Penting													
Lampiran	: -													
Hal	: Izin Penelitian													
Kepada Yth. Pengasuh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek di Malang														
<p>Assalamu'alaikum Wr. Wb.</p> <p>Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:</p> <table border="0"><tr><td>Nama</td><td>: Muhammad Syifa' Nurdi</td></tr><tr><td>NIM</td><td>: 19170024</td></tr><tr><td>Jurusan</td><td>: Manajemen Pendidikan Islam (MPI)</td></tr><tr><td>Semester - Tahun Akademik</td><td>: Genap - 2022/2023</td></tr><tr><td>Judul Skripsi</td><td>: Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang</td></tr><tr><td>Lama Penelitian</td><td>: Januari 2023 sampai dengan Maret 2023 (3 bulan)</td></tr></table> <p>diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.</p> <p>Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.</p> <p>Wassalamu'alaikum Wr. Wb.</p> <p style="text-align: right;">Sekran, Wakil Dekan Bidang Akademik  Muhammad Walid, MA 9730823 200003 1 002</p>			Nama	: Muhammad Syifa' Nurdi	NIM	: 19170024	Jurusan	: Manajemen Pendidikan Islam (MPI)	Semester - Tahun Akademik	: Genap - 2022/2023	Judul Skripsi	: Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang	Lama Penelitian	: Januari 2023 sampai dengan Maret 2023 (3 bulan)
Nama	: Muhammad Syifa' Nurdi													
NIM	: 19170024													
Jurusan	: Manajemen Pendidikan Islam (MPI)													
Semester - Tahun Akademik	: Genap - 2022/2023													
Judul Skripsi	: Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital untuk Peningkatan Publikasi dan Pencitraan Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Kota Malang													
Lama Penelitian	: Januari 2023 sampai dengan Maret 2023 (3 bulan)													
Tembusan :														
1. Yth. Ketua Program Studi MPI														
2. Arsip														
 Dipindai dengan CamScanner														

2. Wawancara dengan Direktur Gasek Multimedia



3. Wawancara dengan Staff Divisi Gasek Multimedia



4. Dokumentasi Rapat Tahunan Gasek Multimedia



Daftar Riwayat Hidup



Nama : Muhammad Syifa' Nurdi

Tempat, Tanggal Lahir : Trenggalek, 13 Agustus 2001

Alamat : Gg. Tomat Ds. Karangsoke Trenggalek

e-mail : syf.nrd@gmail.com

Nomor Hp : 085156164398

Riwayat Pendidikan : 1. RA Al-Hidayah Ngadireo
2. MI Ngadirejo
3. MTsN 1 Trenggalek
4. MAN 3 Jombang