

Skripsi dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Pondok Pesantren Terpadu Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar” ini ditulis oleh **Muhammad Tuhfatul Ashari** NIM. 12207193051, jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Kata Kunci: *Strategi Hubungan Masyarakat, Citra Lembaga*

Penelitian ini dibuat karena ada fenomena hubungan masyarakat dalam sebuah lembaga pendidikan pesantren yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Masing-masing lembaga saling berkompetisi untuk menarik perhatian dari masyarakat. Sehingga saat ini masyarakat memiliki banyak pilihan ketika akan memasukkan putra putrinya kedalam pesantren. Salah satu pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan pesantren adalah citra, *image*, atau reputasi suatu lembaga kepesantrenan itu sendiri. Disinilah hubungan masyarakat pesantren memiliki peran penting untuk membangun dan meningkatkan citra positif sehingga lembaganya dapat memikat hati masyarakat. Karena keberhasilan suatu organisasi lembaga pondok pesantren dalam mencapai misi dan tujuannya salah satunya ditentukan oleh peranan dan kegiatan hubungan dan masyarakat baik internal maupun eksternal.

Fokus pada penelitian ini adalah (1) Bagaimana formulasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal? (2) Bagaimana pelaksanaan hubungan masyarakat secara internal dan eksternal dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal? (3) Bagaimana evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal?

Tujuan penelitian ini disusun: (1) Untuk mengetahui formulasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal. (2) Untuk mengetahui pelaksanaan hubungan masyarakat secara internal dan eksternal dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal. (3) Untuk mengetahui evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di pondok pesantren terpadu Al-Kamal.

Metode penelitian yang digunakan merupakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Sumber data penelitian ini meliputi, 1) *person* (orang) yaitu, (a) pengasuh pondok pesantren, (b) kepala markaz, (c) kepala unit, (d) Tim IT, (e) perwakilan masyarakat, dan (f) perwakilan wali santri. 2) *paper* (kertas/dokumen) yaitu, berupa dokumentasi foto-foto kegiatan hubungan masyarakat. 3) *place* (tempat) yaitu, di Pondok Pesantren Terpadu Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar. Teknik analisis data yang digunakan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau

verification. Penelitian ini juga melakukan pengecekan keabsahan data dengan triangulasi sumber, metode, dan penyelidikan.

Kemudian hasil penelitian yang didapatkan adalah sebagai berikut: 1) Formulasi dalam pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Terpadu Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar itu dilakukan pada rapat tiap satu bulan dan tiga bulan sekali yang dipimpin oleh pengasuh pondok pesantren dan kepala unit, dengan membahas program yang direncanakan dan untuk merumuskan/menerapkan visi, misi, dan tujuan agar nantinya dalam proses implementasi tidak ada penyelewengan, 2) Pelaksanaan hubungan masyarakat diserahkan kepada masing-masing pengampu lembaga dan *unit* seperti pengasuh Pondok Pesantren, pengurus Markaz dan pengurus *unit* Pondok. Mereka saling koordinasi melakukan tugas sesuai tupoksinya, selanjutnya implementasi atau pelaksanaan. Pelaksanaan hubungan masyarakat secara internal dengan menjalankan program yang telah dibuat seperti pembukaan kegiatan setiap awal semester, pengajian ahad wage bersama pengasuh, pengurus dan santri, serta peringatan hari besar islam. Pelaksanaan hubungan masyarakat secara eksternal dengan menjalankan program yang telah dibuat seperti pengajian tafsir jalalin bersama masyarakat, MADIN khusus masyarakat, Tahfidz MMQ di MIN 2 Blitar, Haul Masyayikh, safari Ramadhan, 3) Evaluasi hubungan masyarakat di Pondok Pesantren Terpadu Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar yaitu dengan mengadakan rapat evaluasi untuk membahas kinerja yang dilakukan tiap satu bulan sekali agar mengetahui apa keinginan dan respon dari masyarakat selaku pelanggan lembaga. Kemudian evaluasi juga membahas tentang kendala-kendala dan solusi yang tepat untuk implementasi hubungan masyarakat secara internal dan eksternal.

ABSTRACT

The thesis entitled "Public Relations Strategy in Enhancing the Image of Lembaga at Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar Islamic Boarding School" was written by Muhammad Tuhfatul Ashari NIM. 12207193051, majoring in Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teaching Science, State Islamic University (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Keywords: *Public Relations Strategy, Institutional Image*

This research was made because there is phenomenon of public relations in a pesantren educational institution that grows in the midst of society. Each institution competes with each other to attract the attention of the public. So that now the community has many choices when it comes to entering their sons and daughters into Islamic boarding schools. One of the community's considerations in determining the choice of Islamic boarding school is the image, image, or reputation of a pesantren institution itself. This is where the pesantren community relations have an important role to build and enhance a positive image so that the institution can captivate the public. Because the success of an organization of Islamic boarding schools in achieving its mission and goals is determined by the role and activities of relations and society both internally and externally.

The focus of this research is (1) How is the formulation of public relations in improving the image of the institution at Al-Kamal Integrated Islamic Boarding School? (2) How is the implementation of public relations internally and externally in improving the image of the institution at Al-Kamal Integrated Islamic Boarding School? (3) How is the evaluation of public relations in improving the image of the institution at the Al-Kamal integrated Islamic boarding school?

The objectives of this study were structured: (1) To find out the formulation of public relations in improving the image of the institution at Al-Kamal integrated Islamic boarding school. (2) To find out the implementation of public relations internally and externally in improving the image of the institution at Al-Kamal integrated Islamic boarding school. (3) To find out the evaluation of public relations in improving the image of the institution at the Al-Kamal integrated Islamic boarding school.

The research method used is descriptive qualitative using in-depth interviews, participant observation, and documentation as data collection methods. Sources of data in this study include, 1) person (people), namely, (a) caretakers of Islamic boarding schools, (b) heads of markaz, (c) heads of units, (d) IT Team, (e) community representatives, and (f) representatives guardian of students. 2) paper (paper/documents), namely, in the form of photo documentation of public relations activities. 3) place, namely, at the Al-Kamal Kunir Integrated Islamic Boarding School, Wonodadi Blitar. Data analysis techniques used include data

collection, data reduction, data presentation, drawing conclusions or verification. This study also checked the validity of the data by triangulating sources, methods, and investigations.

Then the research results obtained are as follows: 1) The formulation in education marketing at the Al-Kamal Kunir Wonodadi Blitar Integrated Islamic Boarding School is carried out at meetings once a month and once every three months led by the caretaker of the boarding school and the head of the unit, by discussing the program planned and to formulate/implement the vision, mission, and goals so that later in the implementation process there will be no misuse, 2) The implementation of public relations is left to the respective supervisors of institutions and units such as Islamic Boarding School caretakers, Markaz administrators and Pondok unit administrators. They coordinate with each other to carry out tasks according to their main duties and functions, then implementation or implementation. Implementation of public relations internally by carrying out programs that have been made such as opening activities at the beginning of each semester, Sunday wage recitation with caregivers, administrators and students, as well as commemoration of Islamic holidays. Implementation of community relations externally by carrying out programs that have been created such as recitation of jalalin interpretation with the community, special MADIN for the community, Tahfidz MMQ at MIN 2 Blitar, Haul Masyayikh, Ramadhan safari, 3) Evaluation of public relations at the Al-Kamal Kunir Integrated Islamic Boarding School Wonodadi Blitar namely by holding an evaluation meeting to discuss performance which is carried out once a month in order to find out what the wishes and responses of the community as the institution's customers are. Then the evaluation also discusses the constraints and appropriate solutions for implementing public relations internally and externally.

ملخص

الرسالة بعنوان "استراتيجية العلاقات العامة في تحسين صورة لمبدا في مدرسة الكمال كونير وونودادي بليتار الداخلية الإسلامية" بقلم مُجّد تحفّ الأشاري نيم. 12207193051 تخصص إدارة التربية الإسلامية ، كلية سيد علي رحمة الله تولونغاجونج ، المشرف د. هجرية. شوسنول التربية وعلوم التدريس ، جامعة الدولة الإسلامية شتيمة .

الكلمات المفتاحية: استراتيجية العلاقات العامة ، الصورة المؤسسية

تنمو في وسط المجتمع. تتنافس كل مؤسسة لمعهد هذا البحث مدفوع بظاهرة العلاقات العامة في مؤسسة تعليمية مع بعضها البعض لجذب انتباه الجمهور. لذلك أصبح لدى المجتمع الآن العديد من الخيارات عندما يتعلق الأمر بإدخال أبنائهم وبناتهم في المدارس الداخلية الإسلامية. أحد اعتبارات المجتمع في تحديد اختيار المدرسة الداخلية نفسها. هذا هو المكان الذي تلعب فيه العلاقات المجتمعية لمعهد الإسلامية هو صورة أو صورة أو سمعة مؤسسة لأن نجاح منظمة المدارس . دورًا مهمًا في بناء وتعزيز صورة إيجابية حتى تتمكن المؤسسة من جذب الجمهور لمعهد الداخلية الإسلامية في تحقيق رسالتها وأهدافها يتحدد من خلال دور وأنشطة العلاقات والمجتمع داخليًا وخارجيًا.

يركز هذا البحث على (1) كيف تكون صياغة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة في المعهد الإسلامي .
العصري الكمال ؟ (2) كيف يتم تنفيذ العلاقات العامة داخليًا وخارجيًا في تحسين صورة المؤسسة في معهد الإسلامي العصري الكمال ؟ (3) ما هو تقييم العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لمعهد الإسلامي العصري الكمال ؟

تم بناء أهداف هذه الدراسة على النحو التالي: (1) التعرف على صياغة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة في المعهد الإسلامي العصري الكمال. (2) التعرف على تنفيذ العلاقات العامة داخليًا وخارجيًا في تحسين صورة المؤسسة في مدرسة الكمال الإسلامية الداخلية المتكاملة لمعهد الإسلامي العصري الكمال. (3) التعرف على تقييم العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لمعهد الإسلامي العصري الكمال.

طريقة البحث المستخدمة هي طريقة وصفية وصفية باستخدام المقابلات المتعمقة وملاحظة المشاركين والتوثيق كطرق لجمع البيانات. تشمل مصادر البيانات في هذه الدراسة ، (1) شخص (أشخاص) ، أي (أ) القائمين على المدارس الداخلية الإسلامية ، (ب) رؤساء المركز ، (ج) رؤساء الوحدات ، (د) فريق تكنولوجيا المعلومات ، (هـ) المجتمع الممثلين و (و) الوصي على الطلاب. (2) ورقة (ورق / وثائق) وهي في شكل توثيق للصور لأنشطة العلاقات العامة. (3) مكان في مدرسة الكمال كونير الداخلية الإسلامية المتكاملة وونودادي بليتار. تشمل تقنيات تحليل البيانات المستخدمة جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج أو التحقق. تحققت هذه الدراسة أيضًا من صحة البيانات من خلال تثليث المصادر والأساليب والتحقق.

ثم جاءت نتائج البحث كالتالي: (1) يتم إجراء صياغة في التسويق التربوي في مدرسة الكمال كونير وونودادي بليتار الداخلية الإسلامية المتكاملة في اجتماعات مرة كل شهر ومرة كل ثلاثة أشهر بقيادة القائم بأعمال المدرسة الداخلية و رئيس الوحدة ، من خلال مناقشة البرنامج المخطط له وصياغة / تنفيذ الرؤية والرسالة والأهداف بحيث لا يكون هناك سوء استخدام لاحقاً في عملية التنفيذ ، (2) يُترك تنفيذ العلاقات العامة للمشرفين المعنيين على المؤسسات والوحدات مثل القائمين على رعاية المدارس الداخلية الإسلامية ومديري المركز ومديري وحدة بوندوك. ينسقون مع بعضهم البعض لتنفيذ المهام حسب واجباتهم ووظائفهم الرئيسية ثم التنفيذ أو التنفيذ. تنفيذ العلاقات العامة داخلياً من خلال تنفيذ البرامج التي تم إجراؤها مثل الأنشطة الافتتاحية في بداية كل فصل دراسي ، وتلاوة أجر يوم الأحد مع مقدمي الرعاية والإداريين والطلاب ، وكذلك الاحتفال بالأعياد الإسلامية. تنفيذ العلاقات المجتمعية خارجياً من خلال تنفيذ البرامج التي تم إنشاؤها مثل تلاوة تفسير الجلالين مع المجتمع ، و سفاري رمضان ، و (3) تقييم العلاقات سحب ، و مدرسة 2 بليتار ، و تحافظ في الخاص للمجتمع ، و مدرسة العامة في مدرسة الكمال كونير الداخلية الإسلامية المتكاملة ونودادي بليتار ، وذلك من خلال عقد اجتماع تقييمي لمناقشة الأداء الذي يتم مرة واحدة في الشهر من أجل معرفة رغبات واستجابات المجتمع لعملاء المؤسسة. ثم يناقش التقييم أيضا المعوقات والحلول المناسبة لتنفيذ العلاقات العامة داخليا وخارجيا