

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat merupakan usaha untuk mempertahankan reputasi, citra dan cara berkomunikasi yang baik antara lembaga dengan masyarakat, baik masyarakat internal maupun eksternal. Dalam rangka menjaga eksistensi dan keharmonisan antara lembaga dengan publiknya, diharapkan perlunya pemberdayaan masyarakat dan masukan dari masyarakat yang dapat digunakan alat analisis lingkungan dalam mengoptimalkan strategi yang tepat untuk peningkatan citra lembaga.

Salah satu organisasi di Indonesia yang bergerak di bidang pendidikan dan bersifat non-profit adalah pondok pesantren. Chusnul Chotimah mengatakan dalam jurnalnya Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam pertama dan tertua di Indonesia yang keberadaannya telah banyak mendukung kelangsungan sistem pendidikan nasional. Pesantren dapat memberikan kontribusi riil karena ia mampu mencetak kader-kader intelektual yang siap untuk mengapresiasi potensi keilmuannya di masyarakat. Sebagai lembaga pendidikan Islam tertua, pesantren merupakan suatu model pendidikan yang sama tuanya dengan eksistensi agama Islam di Indonesia, ia secara esktsensif bertahan bahkan berkembang hingga hari ini. Ketahanan pesantren disebabkan oleh kultur Jawa yang mampu menyerap kebudayaan luar melalui suatu proses interiosasi tanpa kehilangan identitasnya.¹

Pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan tertua di Indonesia tidak bisa bersikap menutup mata terhadap perubahan peradaban dunia yang kian maju yang ditandai dengan era informasi yang kian cepat. Arus globalisasi informasi yang bersifat positif dan negatif mewarnai setiap lini kehidupan, perseorangan dan kelembagaan, pesantren perlu

¹ Chusnul Chotimah, *Strategi Public Relation Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam*, ISLAMICA, Vol.7 No.1, (September, 2012), hal. 187.

berbenah dengan menerapkan strategi humas yang dapat meningkatkan citra positif dimata dunia.

Scot Cutlip mengatakan bahwa *public relations* sebagai fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara lembaga dengan dengan publiknya.² Keberhasilan atau kegagalan *public relations* bergantung bagaimana kiat membentuk dan memelihara relasi dalam suatu organisasi pendidikan atau pendidikan Islam, pada hakikatnya tanpa adanya *public relations* sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.³ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *public relations* merupakan salah satu komponen terpenting yang ada pada suatu lembaga.

Hubungan masyarakat juga mempunyai tugas menjalin dan membina hubungan yang harmonis antar warga pesantren baik kyai, asatidz, pengurus dan santri. Tidak hanya itu, ditingkat eksternal, kemampuan humas dalam mengemas dan memasarkan Pondok Pesantren ke dunia luar yang dikenal dengan *image branding*. Kekhasan dan keunggulan Pondok Pesantren perlu di tonjolkan untuk mendapatkan *image* yang baik dimata masyarakat luar Pondok.⁴ Selain itu *image* yang bagus akan muncul jika hubungan masyarakat mau menampung keinginan dan opini *public* yang berkembang.

Berbicara mengenai hubungan masyarakat, didalam Al-qur'an terdapat ayat yang menjelaskan tentang hubungan masyarakat yang salah satunya terdapat dalam surah Al-Imran ayat 112:

² Frank Jefkins, *Public Relations*, terj. Aris Munandar (Jakarta: Erlangga, 1992), hal. 32.

³ *ibid*, hal. 2.

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo, 2003), hal. 31.

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تُثْقَفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا
بِغَضَبِ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ
وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ۗ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya : Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas. (Q.S. Al-Imran ayat 112).⁵

Dalam teori manajemen, pembangunan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Strategi pencitraan adalah sebuah upaya yang tidak datang tiba-tiba dan tidak bisa direkayasa. Citra merupakan daya magnet bagi sebuah produk. Image positif terhadap sesuatu akan muncul jika publik percaya trust dan selanjutnya yakin bahwa suatu produk bisa memenuhi tuntutan emosional mereka, karena trust dalam ilmu sosial merupakan social capital yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku masyarakat.⁶ Citra tidak dapat dibeli, namun didapat.⁷ Citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan atau institusi merupakan salah satu faktor utama untuk mendapatkan citra yang positif.

Sehubungan dengan konsep membangun citra tersebut di atas, implementasi pembangunan citra di Pondok Pesantren tidak terlepas dari opini publik yang dibangun dan juga sikap *output* yang terbentuk dari Pondok Pesantren tersebut. Namun demikian sikap dan karisma seorang kyai tetap menjadi *mercusuar* Pondok Pesantren dalam menjalin komunikasi dan berinteraksi guna mencari dukungan positif dari khalayak.

⁵ Departemen Agama RI, 2014, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : Diponegoro), hal. 64.

⁶ Chusnul Chotimah, *Strategi Public Relation Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam*, ISLAMICA, Vol.7 No.1, (September, 2012), hal. 193.

⁷ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*

Pembangunan citra pondok pesantren bisa diukur dari seberapa besar pendidikan Pondok Pesantren mampu memainkan peran pemberdayaan *empowerment* dan mampu mentransformasikan nilai-nilai social *society* secara efektif dalam masyarakat.⁸

Berdasarkan data perkembangan jumlah santri Yayasan Pondok Pesantren Terpadu Alkamal pada tahun ajaran 2022/2023 mencapai kurang lebih 1200 santri baik dari tingkat MI, Tsanawiyah/SMP, Aliyah/SMK, maupun Ma'had Aly. Kecepatan dan ketepatan strategi *public relations* menjadi tumpuan lembaga agar lembaga tetap stabil dan eksis. Selain itu seiring dengan perkembangan zaman kebutuhan masyarakat semakin berkembang pula, dalam hal ini strategi *public relations* sangat dinanti agar suatu organisasi lembaga pendidikan tidak tertinggal dengan lembaga lain.

Melihat fakta diatas, maka seorang praktisi *public relations* dalam lembaga pendidikan harus selalu memberikan citra yang positif kepada masyarakat agar kepercayaan masyarakat dengan lembaga semakin kuat. Apabila kepercayaan tinggi, pendekatan aktif, maka menghasilkan respons yang positif dan begitu sebaliknya.

Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal merupakan salah satu Pondok Pesantren yang berada di Kabupaten Blitar, Pondok pesantren ini berada di jalan KH. Mansyur Kunir Wonodadi Blitar. Keinginan orang tua atau wali murid untuk memondokkan anaknya disini begitu tinggi, terlihat dari jumlah santri disetiap tingkatannya, Dari sini terlihat bahwa masyarakat sangat antusias untuk memondokkan anaknya dipesantren ini.

Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal ini berdasarkan pengamatan saya mempunyai bebrapa keunikan. Mulai dari prestasi akademik maupun non akademiknya yang di abadikan dengan piagam atau piala yang sangat banyak dan ditaruh didalam lemari kaca. Selain itu pondok pesantren ini juga mampu

⁸ Abdurrahman Wahid, *Pesantren Masa Depan Wacana Pemberdayaan dan Transformasi Pesantren*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 1999), hal.76.

memadukan antara pendidikan salafiyah dan juga modern. Tidak heran bahwa citra yang didapat dari masyarakat tersebut dipandang bagus, Sehingga membuat para orangtua berlomba-lomba memondokkan anaknya di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal ini.

Berdasarkan peminatnya untuk pendaftar di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal setiap tahunnya meningkat secara terus menerus. Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal ini tidak hanya dikenal oleh masyarakat daerah Blitar saja, Melainkan dikenal sampai taraf internasional bahkan sampai papua. Hal ini dapat dikatakan bahwa kepercayaan yang diperoleh dari *public* semakin bertambah.

Adanya penambahan calon pendaftar disetiap tahunnya telah menandakan bahwa hubungan masyarakat telah bekerja keras dalam meningkatkan citra lembaga. Untuk itu peran hubungan masyarakat begitu penting dalam meningkatkan citra yang positif untuk Pondok Pesantren Terpadu Alkamal. Selain itu, peran hubungan masyarakat juga menjadi media sosialisai pesantren kepada masyarakat serta diharapkan memberikan dukungan terhadap beberapa kegiatan yang dilaksanakan pesantren. Melihat dari suksesnya hubungan masyarakat dalam membangun citra lembaga, Saya ingin meneliti strategi apa yang telah digunakan hubungan masyarakat untuk mendapat citra yang positif dari *public*, Sehingga masyarakat berminat untuk bekerja sama dalam membangun Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal lebih baik lagi.⁹

Berangkat dari topik ini penulis mengusulkan penelitian yang berjudul **“Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Pondok Pesantren Terpadu Al-Kamal”**

⁹Observasi pada tanggal 23 September 2022 di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini difokuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar?
2. Bagaimana pelaksanaan hubungan masyarakat secara internal dan eksternal dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar ?
3. Bagaimana evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah pada fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan formulasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar.
2. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan hubungan masyarakat secara internal dan eksternal dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar .
3. Untuk mendeskripsikan evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar.

D. Kegunaan penelitian

Pada dasarnya sebuah penelitian dilakukan dengan harapan dapat bermanfaat, baik dalam aspek teoritis maupun praktis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai asumsi keilmuan Islam khususnya dalam bidang Manajemen Hubungan Masyarakat Pondok Pesantren tentang formulasi, pelaksanaan internal dan eksternal, evaluasi, serta agar dapat menjadi pertimbangan ataupun bahan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian tentang Manajemen Kurikulum Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Santri Di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal memiliki manfaat praktis yaitu:

a. Bagi Pengasuh Pondok Pesantren

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Pengasuh Pondok Pesantren sebagai pemimpin dan manajer Pondok, untuk lebih tepat dalam mengambil kebijakan serta strategi terkait dengan pengelolaan manajemen hubungan masyarakat.

b. Bagi guru/ustadz

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi penelitian di bidang Manajemen Pendidikan Islam terutama yang berkaitan dengan manajemen hubungan masyarakat.

c. Bagi peserta didik/santri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peserta didik/santri dalam membangun citra positif kepada masyarakat luas ketika sudah lulus.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menjadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam menyusun karya ilmiah sejenis sebagai bahan referensi serta khasanah pengetahuan terutama dalam bidang manajemen hubungan masyarakat.

E. Definisi Istilah

Dalam penelitian ini, ada beberapa istilah yang harus diperjelas untuk menghindari adanya salah pengertian dan untuk memperjelas konsep-konsep yang akan dibahas sebagai berikut:¹⁰

1. Penegasan Teoritis

Secara konseptual, penegasan istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Hubungan Masyarakat (*public relation*)

Public relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi.¹¹ Menurut Oemi Abdurrachman M.A. hubungan masyarakat (*public relations*) adalah sikap menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*Good Will*) publiknya serta memperoleh *opini public* yang menguntungkan (atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang baik dengan publik).¹²

b. Citra

Citra adalah suatu kesan yang dimiliki suatu organisasi secara total dan berasal dari perilaku dan reputasi.¹³ Menurut Sutojo citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perseorangan, benda, atau organisasi. Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi.¹⁴

¹⁰ Syaifudin Nurdin dan Basyiruddin Usman, *Guru Professional dan Implementasi Kurikulum*, (Jakarta: Ciputat Pers, 2002), hal. 7.

¹¹ Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relations Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 45.

¹² Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam Konsep Strategi Dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 114.

¹³ Elvinaro Ardianto, *Handbook Of Public Relations* (Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2013), hal. 59.

¹⁴ *Ibid*, hal. 63.

c. Pondok pesantren

Pesantren yang biasa disebut Pondok Pesantren merupakan paduan dua kata, yakni “Pondok” dan “Pesantren”. Amin Haedari menjelaskan bahwa istilah Pondok Pesantren berasal dari istilah bahasa arab *funduk* yang berarti hotel atau rumah penginapan. Memang pada kenyataannya Pondok tidak lebih seperti rumah penginapan. Mirip dengan padepokan, meski pada masa modern ini Pesantren sudah banyak melakukan perubahan seperti menggunakan model asrama untuk ditempati para santri.¹⁵ Sementara kata Pesantren berasal dari kata santri dengan mendapat awalan “pe” dan akhiran “an”. Kata tersebut mengandung arti asrama tempat tinggal para santri belajar mengaji dan sebagainya.¹⁶ Jadi dapat diartikan bahwa Pondok Pesantren adalah tempat atau kompleks para santri untuk belajar atau mengaji pengetahuan agama kepada kiyai atau kepada para Asatidz.

2. Penegasan Operasional

Adapun penegasan istilah secara operasional dalam penelitian yang berjudul “Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar” ini merupakan proses kegiatan manajemen hubungan masyarakat yang ada dan diterapkan di dalam komponen lembaga Pondok Pesantren yang diantaranya melalui formulasi, pelaksanaan secara internal dan eksternal serta evaluasi dalam meningkatkan citra lembaga. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dan meningkatkan kemampuan dari manajemen hubungan masyarakat agar mampu untuk melaksanakan tugasnya secara professional sehingga hubungan masyarakat dapat memberikan hal positif kepada masyarakat luas, Artinya apabila hubungan masyarakat atau *publick relation* bekerja dengan baik pasti akan menimbulkan citra yang baik terhadap lembaga dan masyarakat.

¹⁵ Abu Yazid, *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif* (Yogyakarta: Ircisod, 2018), hal. 102.

¹⁶ *Ibid*, hal. 103.

F. Sistematika Pembahasan

Sebagaimana dalam penulisan ini bisa mudah dipahami, terdapat urutan sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini penulis menjabarkan mengenai hal-hal yang penting mengenai masalah, yaitu: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini berisikan tentang landasan teori, yaitu tentang Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga, penelitian terdahulu, dan membahas kerangka berfikir yang terkait dengan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan prosedur penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini memaparkan hasil penelitian terdiri dari paparan data penelitian yang telah dilakukan peneliti di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar dan digunakan peneliti sebagai bahan utama penelitian.

Bab V Pembahasan, pada bab ini memaparkan dari temuan teori yang berkaitan tentang hasil penelitian yang ada di Pondok Pesantren Terpadu Al-kamal Kunir Wonodadi Blitar.

Bab VI Penutup, pada bab ini merupakan bab terakhir terdiri dari kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan penyajian secara singkat semua penemuan penelitian yang ada kaitannya dengan masalah penelitian sedangkan saran berisi mengenai pengembangan dan perbaikan penelitian nantinya.