

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pendidikan merupakan harapan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Melalui pendidikan seseorang dapat menemukan hal-hal baru yang dapat dikembangkan dan diperoleh untuk menghadapi tantangan dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pendidikan hendaknya mengarah pada upaya membentuk karakter seseorang agar dapat dengan bijaksana menggunakan ilmu pengetahuan yang dimiliki dan tidak menyimpang dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Al-Qur'an merupakan salah satu sumber pendidikan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Karena dengan adanya pendidikan yang berlandaskan Al-Qur'an, mampu menciptakan generasi-generasi yang bertaqwa. Namun untuk mengenali Al-Qur'an, umat Islam harus banyak belajar dengan cara mengenal dan mengetahui huruf-huruf Al-Qur'an. Dalam hal ini menyangkut *makhārīj al-ḥurūf*, tajwid, serta makna yang terkandung di dalam Al-Qur'an. Dan pada tahap pengenalan huruf-huruf hija'iyah serta baca tulis Al-Qur'an harus ditanamkan sejak dini, yang dapat dimulai dari lingkungan keluarga, lembaga-lembaga pendidikan Al-Qur'an (TPA/TPQ), rumah-rumah quran, madrasah, pondok pesantren bahkan sampai dengan perguruan tinggi. Pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia, telah memberikan layanan-layanan

pendidikan serta memberikan keleluasaan kepada umat Islam untuk mendirikan lembaga-lembaga pendidikan Al-Qur'an, bertujuan untuk mengajarkan *'Ulūm al-Qur'ān* (ilmu-ilmu Al-Qur'an).

Seiring berkembangnya zaman dengan ditandai kemajuan ilmu pengetahuan, kebanyakan orang tua lebih mementingkan pendidikan anak kepada pendidikan formal dan umum saja, sedangkan untuk ilmu-ilmu yang berkaitan dengan agama dikesampingkan. Hal ini sangat disayangkan dalam dunia pendidikan kita sekarang. Masyarakat perlu diberikan pemahaman jika lembaga-lembaga yang menyediakan pendidikan Al-Qur'an sangatlah penting dan akan memberikan banyak pengaruh positif kepada anak. Opini publik yang positif terhadap lembaga-lembaga pendidikan Al-Qur'an dapat diperoleh dengan adanya kerja keras dari pengurus humas pada organisasi atau lembaga pendidikan terkait.

Humas berperan memberikan pembinaan hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Begitu juga kemampuan untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya. Tugas humas atau peranan humas di suatu lembaga pendidikan Al-Qur'an antara lain menyebarkan informasi sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang lembaga pendidikan Al-Qur'an, serta kegiatan yang dilakukan, memonitoring dan dokumentasi opini publik, melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan lembaga pendidikan Al-Qur'an, menyelenggarakan berbagai program untuk menjalin hubungan harmonis dengan publik, dan memberikan pelayanan yang memuaskan pada publik. Berdasarkan tugas-tugas humas yang

disebutkan diatas, maka terdapat beberapa jenis-jenis pekerjaan yang dilakukan oleh praktisi *public relations* diantaranya adalah menyusun dan mendistribusikan sajian berita untuk media massa, menyediakan informasi bagi media, mengelola survey opini publik serta menganalisis umpan balik dan saran.

Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif merupakan salah satu wadah pendidikan Al-Qur'an yang didirikan oleh Ustadz Fakhrie Hanief, SQ, S.Th.I, S.Pd.I, MA dan Ustadz H. Reza Ferdian, Lc, M. Pd pada tanggal 2 Oktober 2016. Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif beralamat asal di Jl. A. Yani, Km. 8, Gg. Mentari, No. 4, Kecamatan Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar. Namun, sekarang berpindah tempat di Jl. A. Yani, Km. 8, Manarap Tengah, Gg. Rahmat, Kecamatan Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar. Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif juga merupakan sebuah manajemen yang menaungi beberapa Yayasan yang ada di Banjarmasin dan di Kabupaten Banjar. Berikut beberapa Yayasan yang berada di bawah Manajemen Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif:

1. Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah
2. Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Bunyamin
3. Rumah Tahfizh Qur'an An Nur Banjarmasin

Manajemen Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif memiliki 61 tenaga pengajar dengan rincian 34 ustadz dan 27 ustadzah. Adapun total santri berjumlah 1081 santri dan santriwati. Selain itu, Manajemen Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif juga memiliki program-program unggulan untuk menunjang santri dan santriwati dalam menghafal Al-Qur'an. Program-program yang ditawarkan, yaitu Program *Tahsīn* Al-Qur'an dengan metode Tartily Banjary, Program Tahfizh Al-

Qur'an dengan metode Rub'iy, Program Tahfizh Hadis, Program Tilawah Al-Qur'an (program seni baca Al-Qur'an), Program Ta'lim Keagamaan (fikih praktis, *fun tahsīn*, akhlak), Program Ahlul Qur'an/Multaqa (akselerasi bagi yang kemampuan menghafalnya di atas rata dan juga pemantapan hafalan yang telah dihafal), Program Rihlah atau Outbound Qur'ani, dan Program Munaqasyah.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti maka diketahui Manajemen Pendidikan Qur'an Al Azhar Al Syarif mempunyai humas yang bertempat di Yayasan Rumah Qu'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah. Sehingga peneliti hanya berfokus melakukan penelitian di Yayasan yang berada di Manarap Tengah. Peran humas di tempat tersebut belum berjalan secara optimal, hal tersebut dikarenakan pengurus humas mempunyai fungsi ganda yaitu, sebagai seorang humas dan juga sebagai tenaga pengajar. Sehingga pelaksanaan fungsi humas menjadi tidak terfokus. Dan untuk menciptakan citra positif peranan seorang humas sangat dibutuhkan dalam membangun opini publik terhadap Yayasan yang menaunginya.

Citra yang positif dapat diperoleh dengan cara mengoptimalkan kinerja humas agar dapat memberikan pandangan yang baik terhadap masyarakat dan kinerja tenaga pengajar agar dapat menghasilkan hafidz dan hafidzah yang bertaqwa dan berakhlak mulia. Untuk itu peranan humas disini sangatlah penting untuk membangun citra dan mempromosikan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah. Selain itu, fungsi humas juga sebagai media sosialisasi yang memperkenalkan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui

lebih jelas mengenai Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah dan dapat mendukung segala kegiatan yang dilaksanakan di tempat tersebut. Selama kurun waktu 4 tahun berdirinya Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah. Promosi yang dilakukan.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pelaksanaan peran humas dalam rangka membangun citra dan mempromosikan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran humas dalam rangka membangun citra Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah dan bagaimana upaya dalam mempromosikan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah?
2. Media apa saja yang digunakan humas dalam membangun citra Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah dan mempromosikannya?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimanakah peran humas dalam rangka membangun citra Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah dan cara yang ditempuh dalam mempromosikan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah.

2. Mengetahui media apa saja yang digunakan humas dalam membangun citra dan mempromosikan Yayasan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terutama bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam konsentrasi *Public Relations*.
- b. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan ilmu tentang humas bagi kehidupan pribadi maupun sebuah instansi dalam mempromosikan dan membangun citra yang positif

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

- a. Untuk dijadikan bahan pembelajaran humas dalam mengelola sebuah instansi.
- b. Untuk memberikan informasi tentang cara dalam mengangkat citra dan mempromosikan Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif.
- c. Menjadi bekal mahasiswa yang ingin bekerja di bagian humas Lembaga-lembaga yang berkaitan dengan Pendidikan non formal seperti di Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif.

## E. Definisi Operasional

### 1. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Definisi “Hubungan masyarakat (*Public Relations*) menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR) adalah keseluruhan upaya yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak”.<sup>1</sup>

*Public relations* juga dapat didefinisikan sebagai praktik mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Dalam hal ini, humas yang ada di Rumah Tahfizh Qur’an Al Azhar Al Syarif sangat berperan untuk menciptakan citra yang baik di mata masyarakat. Selain itu, juga untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar agar tidak terjadi kesalahpahaman.

### 2. Komunikasi

Para ahli banyak mendefinisikan tentang pengertian komunikasi yang bertujuan untuk memberikan pengaruh dan perubahan terhadap orang lain serta dapat memunculkan pandangan positif bagi kehidupan. Salah satunya seperti yang tertulis dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Komunikasi*, Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante mendefinikan komunikasi sebagai proses transmisi informasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak.

---

<sup>1</sup>Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 1995), h. 8.

*Public relations* menjalankan komunikasi dengan tujuan untuk menciptakan sebuah efek, yaitu berupa citra perusahaan (*corporate image*). Menyelenggarakan komunikasi untuk membentuk citra korporasi atau organisasi di mata pihak luar dimaksudkan untuk menumbuhkan saling pengertian di antara korporasi atau organisasi dan pihak luar. Bagi korporasi pihak luar yang dimaksud adalah masyarakat, baik konsumen, pemasok, agen, atau rekanan korporasi.

### 3. Citra

Menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relations*, definisi citra dalam konteks humas, citra diartikan sebagai “kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal personal atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan”. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan, dan layanan yang disampaikan karyawan kepada konsumen dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra.<sup>2</sup>

Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*), tidak nyata, tidak bisa digambarkan secara fisik dan tidak dapat diukur secara sistematis, karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian, wujudnya bisa dirasakan dari

---

<sup>2</sup>Frank Jefkins, *Public Relations*, Edisi Kelima, Terjemahan Daniel Yadin (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 93.

hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya.<sup>3</sup>

#### 4. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>4</sup>

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas. Menurut Rachmadi F.<sup>5</sup> promosi adalah “salah satu” unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) perusahaan. Sarana promosi yang utama adalah periklanan, promosi penjualan, dan publisitas”.

### F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ini diharapkan peneliti dapat melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, juga diharapkan dalam penelitian ini dapat diperhatikan mengenai

---

<sup>3</sup>Trimannah, “*Reputasi Dalam Kerangka kerja Public Relations*”, Jurnal Ilmiah Komunikasi, No. 1, Vol. 3, (Februari-Juli 2012), h. 3.

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 219.

<sup>5</sup>Rachmadi F., *Public Relations dalam Teori dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1992), h. 35.

kekurangan dan kelebihan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan.

Pertama adalah penelitian oleh Esty Cahyaningsih, NIM. 11402241007 mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi perkantoran Universitas Negeri Yogyakarta. Dengan judul “Peran Humas dalam Rangka Membangun Citra dan Mempromosikan SMK PGRI 1 Sentolo Kulon Progo”. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa peran humas di suatu lembaga pendidikan dikelompokkan menjadi empat, yaitu peran humas sebagai komunikator, peran humas sebagai pembina hubungan (*relationship*), peran humas sebagai dalam membangun citra, dan peran humas sebagai promotor di SMK PGRI 1 Sentolo Kulon Progo. Pada penelitian ini menunjukkan ketidakstabilan minat anak dalam mendaftar di SMK tersebut. Hal ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan di Rumah Tahfizh Qur’an Al Azhar Al Syarif, dalam kurun waktu sekitar 4 tahun Rumah Tahfizh ini mengalami perkembangan yang pesat dalam jumlah peminat anak yang mendaftar. Dan terdapat persamaan teori peran humas yang digunakan pada penelitian di Rumah Tahfizh. Namun, peneliti menambahkan teori peran humas dari Dozier & Broom.

Penelitian kedua yang menjadi bahan acuan peneliti ialah penelitian oleh Ahmad Saifil (NIM. 271324670) Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Prodi Manajemen Pendidikan Islam yang berjudul Peran Humas Dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar. Pada penelitian Ahmad Saifil ini lebih berfokus tentang peran humas dalam mempromosikan sebuah lembaga pendidikan formal. Sedangkan pada penelitian ini terdapat satu

variabel lagi yaitu membangun citra dan penelitian berpusat pada lembaga pendidikan nonformal. Selain itu yang membedakan dengan penelitian Ahmad Saifil yaitu objek penelitiannya.

Penelitian ketiga yang dijadikan bahan acuan ialah pada penelitian Maya Kurniawati mahasiswa di Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru pada tahun 2016 yang berjudul Peranan Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Bali Dynasty Resort. Dalam penelitian Maya menunjukkan hasil dari peran humas dalam meningkatkan citra sebuah instansi ada 4 yang meliputi peran humas sebagai penasehat ahli (*Expert Presciber*), humas sebagai fasilitator komunikasi (*Communication Fasilitator*), humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Proses Fasilitator*), dan humas sebagai teknisi komunikasi (*Communication Technician*). Bagian yang membedakan dengan penelitian ini ialah objeknya. Pada penelitian Maya Kurniawati hanya berfokus pada peran humas dalam meningkatkan citra saja. Sedangkan pada penelitian ini – selain membahas tentang peran humas dalam meningkatkan citra, peneliti juga membahas tentang peran humas dalam mempromosikan lembaga pendidikan yang diteliti. Adapun kesamaan dari penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan karena mengacu dari teori Dozier dan Broom.

Penelitian yang keempat adalah penelitian oleh Wahid Faysal Hakim, L (100080115) mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul “*Public Relations dan Media Relations (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Sebagai Upaya*

Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)”. Peneliti menyimpulkan bahwa dalam penelitian ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam *media relations*, yaitu *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Bentuk kegiatan yang dilakukan meliputi *pressrelease*, *media gathering*, *press conference*, dan *media visit*. Yang membedakan dari penelitian di Rumah Tahfizh Qur’an Al Azhar Al Syarif sudah sangat jelas adalah objeknya. Selain itu pada penelitian Wahid Faysal Hakim lebih menekankan pada strategi media *public relations*. Sedangkan pada penelitian di Rumah Tahfizh Qur’an Al Azhar Al Syarif lebih menekankan pada peran humas dalam mempromosikan dan meningkatkan citra.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Pembahasan hasil penelitian ini akan disistematika menjadi lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan: halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar dan abstrak.

BAB I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian teori yang meliputi landasan teori.

BAB III Metode Penelitian yang di dalamnya berisi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan.

BAB IV Hasil Penelitian yang berisi gambaran umum dan hasil dari penelitian.

BAB V Penutup yang di dalamnya berisi kesimpulan dan saran.