

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public relations merupakan mediator yang berada diantara pimpinan organisasi dengan masyarakat baik untuk membentuk hubungan internal maupun eksternal dengan masyarakat. *Public relations* ialah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga akan memunculkan kepercayaan terhadap seseorang ataupun kelompok.¹ Dengan menjaga hubungan tersebut maka diharapkan adanya sebuah pemberdayaan dari masyarakat guna memberikan optimalisasi terkait dengan kemampuan sebuah lembaga atau organisasi.

Pada masa sekarang *public relations* tidak hanya sebagai deskripsi dari hubungan yang telah ada, akan tetapi juga sebagai aktivitas manajemen dan kerja untuk meningkatkan hubungan tersebut. Hasil dari adanya *public relations* kerap kali disebut sebagai citra atau *image*. Citra sebuah lembaga merupakan hal yang penting guna mendapatkan dukungan dari individu maupun masyarakat untuk mencapai tujuan yang ingin dilakukan. Sederhananya *image* ialah deskripsi dari masyarakat maupun organisasi perihal organisasi itu sendiri.²

Segala kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tidak terhindar dari

¹ Zainal Mukarrom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 45.

² Edy Sahputra Sitepu, *Professional Public relations* (Medan: USU Press, 2011), hlm. 3.

public relations dan tujuan yang diinginkan. Beberapa tujuan dan fungsi dari *public relations* ialah menunjang kegiatan lembaga untuk mencapai tujuan, menumbuhkan komunikasi dua arah, melayani masyarakat, dan membina hubungan baik dan harmonis baik itu internal maupun eksternal.³

Salah satu prinsip *public relations* dalam islam ialah *tabligh* atau menyampaikan sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa/4: 63.

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

قَوْلًا بَالِغًا (٦٣)

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.

Menurut Al-Ishfahani, kata *baligha* pada ayat tersebut menjelaskan tiga hal yakni ketepatan bahasa, kesesuaian dengan apa yang dikehendaki, dan kebenaran suatu penyampaian. Terminologi *baligh* dalam hakikat komunikasi ialah bahwa si pembicara ingin menyampaikan sebuah hal dengan benar guna dapat diterima oleh pihak lain.⁴

Di Indonesia, Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua. Pesantren merupakan wujud dari perkembangan dari pendidikan secara Nasional. Nurcholis menjelaskan dari aspek sejarah bahwa pesantren identik

³ Mareta Puri Rahastine, “Analisa Peranan dan Fungsi Public relations Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta,” *eJournal Komunikasi* 12, no. 1 (2021), hlm. 86.

⁴ Al-Ishfahani, *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur’an* (Beirut: Dar al-Ma’rifah, n.d.), hlm. 60.

tidak hanya dari hakikat keislaman melainkan juga keaslian dari Indonesia.⁵

Lingkungan lembaga pendidikan ialah segala hal yang dapat terjadi baik itu di dalam maupun di luar lembaga pendidikan yang dilakukan oleh manusia. Semua lingkungan tersebut memiliki pengaruh dan juga peranan guna meningkatkan kualitas dari pendidikan dan juga lembaga. Kepala sekolah selaku pimpinan yayasan juga tentu harus berintegritas serta dapat memanfaatkan segala sumber pendidikan sebaik-baiknya. Oleh karena itu semua komponen tersebut dapat memberikan kontribusi besar terhadap lembaga pendidikan. Terlibatnya masyarakat juga merupakan hal penting untuk memberikan dorongan mencapai tujuan lembaga pendidikan.

Public relations kaitannya dengan pondok pesantren juga memiliki fungsi untuk membangun komunikasi yang baik antara warga pondok pesantren yakni, Kyai, para pengurus, hingga para santri. Pada urusan eksternal *public relations* juga sering diketahui sebagai *image branding*. Keunggulan maupun kekhususan sebuah Pondok Pesantren tentu sangat penting untuk dipublikasikan guna memperoleh citra yang baik di masyarakat baik di dalam maupun luar Pondok Pesantren.⁶

Dari konsep di atas diketahui bahwa untuk membangun citra sebuah Pondok Pesantren juga tidak terhindar dari opini dari masyarakat dan *output* yang dibentuk oleh Pondok Pesantren. Disamping faktor Kyai atau guru juga menjadi pengaruh besar untuk mendapat dukungan dari masyarakat.

⁵ M. Hadi Purnomo, *Manajemen Pendidikan Pondok Pesantren* (Yogyakarta: Bildung Nusantara, 2017), hlm. 1.

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 31.

Pembangunan citra pondok pesantren dapat dilihat dari kemampuan Pondok Pesantren dan mengelola dan mengimplementasikan nilai-nilai komunikasi maupun *social society* dengan baik.

Salah satu pengimplementasian dari *Public relations* itu sendiri dapat terlihat di pondok pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya Kelurahan Pemurus Baru, Kecamatan Banjarmasin Selatan Provinsi Kalimantan Selatan. Selanjutnya berangkat dari Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya merupakan salah satu Pondok Pesantren yang cukup terkenal di Banjarmasin. Akan tetapi dalam perjalanan membangun Pondok Pesantren tentu tidak akan terlepas dari adanya permasalahan baik itu internal maupun eksternal. Permasalahan internal biasanya terjadi seperti adanya permasalahan santri, pencurian, maupun tata tertib. Permasalahan eksternal umumnya terjadi karena permasalahan Pondok Pesantren dengan pihak luar seperti adanya persepsi kurang baik. Terkenalnya Pondok Pesantren tentu akan melibatkan partisipasi masyarakat, wali santri, bahkan juga lembaga terkait untuk membangun Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya bersama-sama dan seluruh warga Pondok Pesantren untuk menjadi lebih baik lagi.

Sebagaimana pernyataan Ustadz Jamil bahwa terkadang masih ada perihal yang harus diperbaiki untuk meningkatkan citra Pondok Pesantren. Salah satu permasalahannya ialah jalan lingkungan pondok yang tidak lebar ditambah banyak pedagang yang berjualan di sekitar Pondok menjadikan mobilitas menjadi kurang maksimal.

Berangkat dari hal di atas nampak menarik untuk meneliti hubungan

masyarakat dari Pondok Pesantren tersebut melalui skripsi yang berjudul “Peran Public Relations di Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki fokus penelitian, yakni : Bagaimana Peran Public relations di Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini juga adalah untuk menjelaskan Peran Public Relations di Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya

D. Signifikansi Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pemahaman terkait dengan peran *public relations* di Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya Banjarmasin. Disamping itu penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi masyarakat akademik yang ingin melakukan penelitian serupa.

2. Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan Pondok Pesantren Al Istiqamah dalam meningkatkan peran *public relations* di Pondok Pesantren agar menjadi lebih baik. Pertimbangan tersebut dapat direalisasikan dalam bentuk evaluasi program, permasalahan, serta program yang akan dilaksanakan kedepannya.

E. Definisi Operasional

1. Peran *Public relations*

Peran *public relations* dalam organisasi/perusahaan secara umum yang bertugas sebagai penghubung antara perusahaan dengan masyarakat agar terciptanya kesan yang baik terhadap perusahaan.⁷ Peran *public relations* pada penelitian ini difokuskan pada *expert prescriber* dan *communication facilitator*. *Expert prescriber* yakni peran Pondok Pesantren Al Istiqamah dalam mengatasi berbagai persoalan dalam internal dan eksternal. Sedangkan *communication facilitator* adalah peran Pondok Pesantren Al Istiqamah dalam hal memberikan fasilitas komunikasi kepada internal maupun eksternal.

2. Pondok Pesantren

Di Indonesia Pondok Pesantren adalah lembaga pendidikan yang bernuansa Islam paling tua.⁸ Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan Islam Tradisional yang para siswanya tinggal, belajar bersama dan belajar dibawah bimbingan guru yang lebih dikenal dengan sebutan ustadz dan memiliki asrama untuk tempat menginap santri. Santri tersebut berada dalam kompleks yang menyediakan masjid untuk beribadah, ruangan untuk belajar, dan kegiatan keagamaan yang lainnya. Kompleks ini biasanya dikelilingi oleh tembok untuk dapat mengawasi masuk dan keluarnya para santri sesuai dengan peraturan yang berlaku di pondok.

⁷ Dr. Ibrahim Besar. Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara di Kota Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*. 2016

⁸ Imam Syafe'i, "Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter," *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2017), hlm. 88.

Pesantren juga dapat dipahami sebagai lembaga pendidikan dan pengajaran agama, umumnya dengan cara nonklasikal yang dimana seorang ustadz mengajarkan ilmu agama Islam kepada santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab oleh Ulama Abad pertengahan, dan para santrinya biasanya tinggal di pondok/asrama di dalam pesantren tersebut. Pondok pesantren di sini dibatasi hanya Pondok Pesantren Al Istiqamah Pekapuran Raya dari jenjang RA hingga MA.

F. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka atau penelitian terdahulu ialah penelitian sejenis yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini. Penulis telah mengumpulkan beberapa penelitian sejenis yang relevan untuk dijadikan bahan pertimbangan klarifikasi penelitian sehingga lebih ilmiah. Selain itu kajian pustaka juga menunjukkan bahwa penelitian ini orisinal dan berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Asep Haerul Baridin pada tahun 2012 dengan judul penelitian “*Strategi Humas Polda Jabar dalam meningkatkan Citra Polda Jabar*”. Metode penelitian yang digunakan memiliki kemiripan dengan penelitian Penulis yakni penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi yang digunakan humas Polda Jabar dalam meningkatkan citranya. Bentuk strategi yang dilakukan ialah dengan menyusun program yang telah direncanakan, kemudian berfokus dan melihat melalui pendekatan

manajemen strategi. Teknik komunikasi juga dilakukan dengan persuasi dan juga koersif guna menyampaikan pesan yang diteruskan kepada masyarakat. Penelitian ini jelas memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian Penulis, selain dari fokus permasalahan Penulis yang bertitik pada peran. Lokasi penelitian dan juga lembaga yang menjadi objek kajian tentu berbeda.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Taufik Rahman dengan judul “*Strategi Public relations dalam meningkatkan citra positif yayasan pendidikan Al Ma’soem*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan AL Ma’soem menggunakan beberapa strategi yang diterapkan dalam empat tahapan yakni merumuskan masalah, perancangan program, komunikasi, serta evaluasi. Diketahui bahwa strategi yang digunakan berlangsung secara positif dan baik. Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian Penulis yakni pada metode penelitian yang digunakan dan fokus kepada lembaga pendidikan Islam. Meskipun begitu jelas perbedaannya adalah pada fokus penelitian. Penulis sendiri ingin meneliti peran *public relations* pada lembaga pendidikan Pondok Pesantren Al Istiqamah untuk meningkatkan citra Pondok Pesantren.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Rizky Rismawan Subagia dengan judul penelitian “*Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dalam Mewujudkan Citra Bandung Juara*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa strategi yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika ialah Bandung Juara. Strategi ini mengandalkan bentuk komunikasi untuk meningkatkan citra dinas. Ada empat fokus kegiatan yang dilakukan yakni media cetak, elektronik, luar ruangan dan juga *face to face*.

Metode penelitian yang ia gunakan ialah lapangan dengan pendekatan kualitatif. Ada beberapa kemiripan penelitian ini dengan penelitian Penulis yakni terkait dengan humas untuk meningkatkan citra sebuah lembaga. Meskipun metode penelitian yang digunakan juga berbeda, akan tetapi penelitian ini jauh berbeda dengan penelitian Penulis yang berfokus pada *public relations* pada sebuah Pondok Pesantren Al Istiqamah.

Keempat, Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Munawir dengan judul “*Peran Public relations Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pesantren (Studi di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadiin-Tigaraksa-Tangerang Banten)*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada beberapa peran *public relations* yakni menyampaikan informasi kegiatan Pondok Pesantren, perbaikan sarana dan prasarana, peningkatan mutu pendidikan, serta kenyamanan lingkungan. Penelitian ini nampak memiliki kemiripan dengan penelitian Penulis. Selain metode penelitian yang sama, penelitian ini juga meneliti peran *public relations* di sebuah Pondok Pesantren. Meskipun begitu fokus penelitian Penulis pada peran *public relations* pada dua hal utama yakni *expert prescriber* dan *communication facilitator*.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Edi Putra Jaya dengan judul “*Peran Manajemen Public relations Pondok Pesantren Dalam Mempertahankan Eksistensi Pondok Pesantren Salafiyah Di Provinsi Jambi*”. Hasil penelitiannya ialah bahwa peranan *public relations* dalam hal manajemen ialah menentukan Visi dan Misi, analisis internal dan eksternal, penentuan kebijakan dan program, hingga evaluasi. Metode penelitian yang digunakan

juga ialah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Kemiripan penelitian ini ialah pada peran *public relations* hanya saja penelitian ini berfokus pada manajemen *public relations*. Penulis sendiri berfokus pada peran *public realtions* dalam hal *expert prescriber* dan *communication facilitator*.

Keenam, skripsi yang ditulis oleh Imad Aqil Abdurrahman, dengan judul “*Peran Public Relations PT. Prima Komunika Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*”. Penelitian ini melihat bagaimana *public relation* perusahaan ini dalam upaya mempertahankan citra positif di masyarakat dengan membuat berbagai produk-produk media yang mendukung kesan baik tentang perusahaan di public. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teori citra Franks Jefskin.

Untuk memudahkan memahami kemiripan dan perbedaan penelitian ini maka Penulis menyusunnya dalam tabel berikut:

No.	Penelitian	Kesamaan	Perbedaan
1.	Asep Hairul Baridin “ <i>Strategi Humas Polda Jabar dalam meningkatkan Citra Polda Jabar</i> ”	Metode penelitian dan komunikasi untuk meningkatkan citra lembaga.	Objek kajian penelitian <i>public relationss</i> dan lembaga pendidikan Pondok Pesantren.
2.	Taufik Rahman “ <i>Strategi Public relationss dalam meningkatkan citra positif</i> ”	Metode penelitian dan fokus kajian pada <i>public</i>	Lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian

	<i>yayasan pendidikan Al Ma'some</i>	<i>relations.</i>	peran <i>public relations.</i>
3.	Rizky Rismawan Subagia “ <i>Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dalam Mewujudkan Citra Bandung Juara</i> ”	Metode penelitian dan objek kajian komunikasi <i>public relations.</i>	Lokasi penelitian Pondok Pesantren dan fokus pada peran <i>public relations.</i>
4.	Ahmad Munawir “ <i>Peran Public relations Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pesantren (Studi di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadiin-Tigaraksa-Tangerang Banten)</i> ”	Metode penelitian dan peran <i>public relations.</i>	Lokasi penelitian dan fokus penelitian pada <i>expert prescriber</i> dan <i>communication facilitator.</i>
5.	Edi Purta Jaya “ <i>Peran Manajemen Public relationss Pondok Pesantren Dalam Mempertahankan Eksistensi Pondok Pesantren Salafiyah Di Provinsi Jambi</i> ”	Metode penelitian dan peran <i>public relations.</i>	Lokasi penelitian dan fokus penelitian pada <i>expert prescriber</i> dan <i>communication facilitator.</i>
6.	Imad Aqil Abdurrahman, “ <i>Peran Public Relations PT. Prima Komunika Media dalam</i>	Metode penelitian dan teori <i>public relations</i>	Lokasi penelitian dan fokus penelitian pada <i>expert prescriber</i>

	<i>Mempertahankan Citra Perusahaan”</i>		dan <i>communication facilitator</i> .
--	---	--	--

G. Sistematika Penulisan

Guna memudahkan dalam memahami apa saja isi dari penelitian ini, maka Penulis akan merangkai sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisikan latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu untuk membedakan penelitian ini, hingga sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori yang berisikan teori terkait dengan peran, *public relations*, dan juga pondok pesantren. Teori ini akan digunakan sebagai bahan analisis atau pembahasan pada bab berikutnya.

BAB III Metode Penelitian, yang memuat beberapa hal antara lain jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian beserta alasan penentuan lokasi, subjek dan objek kajian pada penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisikan data penelitian yang diuraikan dalam bentuk deskripsi, kemudian pembahasan dilakukan dengan menganalisis data yang didapatkan kemudian disandingkan dengan teori yang ada pada bab sebelumnya.

BAB V Penutup, berisikan simpulan hasil penelitian, kemudian rekomendasi Penulis terhadap penelitian yang telah dilakukan.