

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Al-Qur'an merupakan kitab suci dalam agama Islam yang menjadi pedoman dan acuan hidup bagi umat Muslim yang keaslian, kebenaran, serta keterjagaannya telah terjamin.¹ Sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Hijr ayat 9 :

إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴿٩﴾

“Sesungguhnya Kamilah yang menurunkan Al-Qur’an dan pasti Kami (pula) yang memeliharanya.”²

Sebagai seorang muslim maka wajib untuk memuliakan Al-Qur’an, Untuk memuliakan Al-Qur’an terdapat beberapa cara, yaitu dengan cara membaca, mendengarkan, atau menghafal Al-Qur’an. Dengan melakukan hal-hal tersebut maka dapat dipandang sebagai bentuk ibadah yang dapat memperkuat keimanan, mendekatkan diri kepada Allah, serta memberikan nilai spiritual bagi setiap Muslim.³

¹ Ali Romdhoni, *Al Quran dan Literasi* (Linus, 2013), 58.

² “Qur’an Kemenag,” diakses 28 Januari 2026, <https://quran.kemenag.go.id/>.

³ Wan Nor Atikah Che Wan Mohd Rozali dkk., “The Impact of Listening to, Reciting, or Memorizing the Quran on Physical and Mental Health of Muslims: Evidence From Systematic Review,” *International Journal of Public Health* 67 (Agustus 2022): 1, <https://doi.org/10.3389/ijph.2022.1604998>.

Dalam membaca Al-Qur'an terdapat ketentuan yang perlu diperhatikan, yaitu bagaimana cara membaca Al-Qur'an yang baik dan benar sesuai dengan tuntunan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.⁴ Membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar ini telah diwariskan dari generasi kegenerasi dan tetap dijaga hingga saat ini, dari anak kecil, maupun orang dewasa. Sebagai seorang muslim, sudah sepatutnya untuk belajar membaca Al-Qur'an kepada orang yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang kaidah bacaan yang benar. Salah satu wadah yang populer untuk mempelajari Al-Qur'an adalah Taman Pendidikan Al-Qur'an.

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) adalah lembaga pendidikan di luar sekolah yang berfungsi mengajarkan anak-anak untuk bisa membaca dan menulis Al-Qur'an, sekaligus menanamkan nilai-nilai Islam serta membentuk karakter mulia sejak dini.⁵ Selain mengajarkan keterampilan membaca Al-Qur'an, TPQ juga membimbing peserta didik agar memahami ajaran agama Islam dan memiliki akhlak yang baik. Dengan demikian, TPQ berfungsi sebagai sarana untuk mendidik dan membangun karakter anak, karena melalui TPQ, anak dilatih sejak dini untuk mengenal, memahami, mempelajari, dan menerapkan pendidikan Islam sebagai pedoman hidup dalam diri dan karakter mereka di masa depan.

⁴ M. Quraish Shihab, *Kosakata Keagamaan* (Lentera Hati Group, 2020), 134.

⁵ Eli Masnawati dan Salva Nur Fitria, "Peran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) dalam Pengembangan Akhlak Anak," *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan* 4, no. 2 (2024): 214, <https://doi.org/DOI:%2520https://doi.org/10.54437/irsyaduna>.

Di Kalimantan Selatan khususnya di wilayah Banjarmasin dan sekitarnya telah banyak terdapat Taman Pendidikan Al-Qur'an yang memiliki peran penting dalam pendidikan agama bagi anak-anak. Seiring dengan banyaknya Taman Pendidikan Al-Qur'an, membuat kesadaran masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang akan diterima anak-anak mereka juga semakin meningkat.⁶ Hal ini mendorong orang tua untuk lebih selektif dalam memilih Taman Pendidikan Al-Qur'an, Bukan hanya yang terfokus pada menawarkan pengajaran yang baik, tetapi juga memiliki citra positif di mata masyarakat.

Rumah Qur'an Alwi Al Bahri merupakan salah satu taman Pendidikan Al-Qur'an yang ada di Kabupaten Banjar. Beralamat di Jalan Mahligai Komplek Hj. Rohani Ujung, Kecamatan Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar. Rumah Al-Qur'an ini memiliki fasilitas yang menarik bukan hanya sekedar taman Pendidikan Al-Qur'an biasa yang hanya mengajari membaca dan menulis Al-Qur'an tetapi, di sini juga banyak terdapat pembelajaran lain seperti, tahfidz, murrotal, kaligrafi, tilawah, silat dan Tahsin. Dari yang penulis ketahui tenaga pengajar disini sangat berkompeten yang mana pengajarnya memiliki prestasi di bidangnya pada tingkat provinsi, nasional bahkan internasional.

Dengan berbagai fasilitas dan program yang ditawarkan, serta didukung oleh tenaga pengajar yang berprestasi sangat penting bagi Rumah Al-Qur'an Alwi Al Bahri untuk menginformasikan keunggulan ini kepada masyarakat

⁶ Nurul Farida dkk., "Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Pendidikan TPQ Permata Desa Tapen Kecamatan Wanadadi Kabupaten Banjarnegara," *IHSANIKA : Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 3 (2023): 178, <https://doi.org/10.59841/ihsanika.v1i4.633>.

luas. Di sinilah peran humas menjadi penting, yaitu untuk merancang dan melaksanakan strategi yang tepat dalam membangun citra positif lembaga ini, sehingga semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat sebagai salah satu pusat pendidikan Al-Qur'an terdepan di wilayah ini. Dalam hal ini *Public Relation* menjadi sangat penting untuk merumuskan strategi yang efektif dalam membangun citra positif rumah Qur'an tersebut. Untuk mencapai hal tersebut penting bagi *public relations* untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat serta merancang program yang sesuai, sehingga citra positif dapat terbangun secara efektif dan berkelanjutan.

Hubungan masyarakat (*public relations*) adalah alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menjembatani hubungan dengan publik. Public relations bertujuan untuk membangun dan memelihara citra positif perusahaan di mata masyarakat, sekaligus mengelola persepsi publik terhadap perusahaan atau organisasi tersebut. Melalui public relations, lembaga dapat memberikan informasi yang relevan, merespons kebutuhan publik, serta menjaga hubungan yang baik dengan berbagai pihak yang terlibat.⁷

Public relations juga menjadi sarana penting untuk membangun kepercayaan dan menjaga reputasi Perusahaan. Pada dasarnya, *public relations* memiliki tujuan menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan

⁷ Rachmat Kriyantono, *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing* (Prenada Media, 2021), 208.

menjaga hubungan harmonis agar citra positif lembaga tetap terjaga.⁸ Lebih lanjut, *public relations* merupakan pilar penting dalam mengatur komunikasi strategis antara organisasi dengan publiknya. Dengan perencanaan pesan yang matang, pengelolaan hubungan, serta upaya membangun reputasi melalui berbagai kegiatan seperti siaran pers, kemitraan media, dan acara publik, *public relations* membantu membentuk persepsi masyarakat serta menumbuhkan kepercayaan demi mendukung keberhasilan organisasi.⁹

Strategi merupakan proses penentuan rencana yang berfokus untuk tujuan jangka panjang organisasi, dengan menyusun cara-cara yang efektif untuk mencapainya. Strategi juga mencakup upaya menyeimbangkan sumber daya dan kemampuan intelektual internal dengan peluang dan tantangan eksternal, sehingga tujuan dapat diraih secara optimal.¹⁰ Oleh sebab itu *public relation* dituntut untuk mengembangkan strategi yang inovatif dan menghasilkan banyak ide guna menghadapi berbagai situasi, terutama dalam membangun dan menjaga sebuah citra Lembaga.

Strategi *Public Relations* (PR) dapat disederhanakan dengan mengikuti tahapan-tahapan dasar dalam praktik PR yang terstruktur. Tahapan ini bertujuan untuk membantu organisasi membangun, mengelola, dan mempertahankan

⁸ Shruti Singh, "Investigating the Role of Public Relation in Corporate Image and Crisis Management," *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science* 04, no. 05 (2022): 3177.

⁹ Dami Adenuga, "The Intersection of Public Relations and Digital Media: A New Paradigm," *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 27, no. 2 (2025): 22.

¹⁰ Sahyar dkk., *Ilmu Manajemen Tanya Jawab Teori dan Praktik* (umsu press, 2023), 107.

hubungan yang baik dengan publiknya.¹¹ Dengan mengikuti tahapan ini, strategi *Public Relations* dapat diorganisir secara sistematis, meminimalkan risiko, dan memaksimalkan efektivitas komunikasi organisasi dengan publiknya.

Public relations merupakan bidang yang berperan penting dalam membangun citra positif sebuah lembaga. Tujuan utamanya adalah menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dalam melaksanakan tugasnya, *public relation* harus pintar dalam mengelola dan mengontrol informasi yang disampaikan kepada publik, serta berupaya membangun dan mempertahankan citra positif bagi lembaga yang diwakilinya.

Citra adalah hasil dari kesan yang terbentuk melalui pesan-pesan yang disampaikan secara terencana dan konsisten oleh perusahaan atau lembaga kepada publik, baik internal maupun eksternal. Pesan-pesan ini tidak hanya mengenai produk atau layanan, tetapi juga mencakup visi, misi, nilai-nilai, dan kontribusi organisasi kepada masyarakat.¹² Citra positif merupakan hasil akumulasi berbagai pesan yang secara konsisten dan berkelanjutan disampaikan organisasi, sehingga membentuk persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi tersebut.

Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri, sangat penting untuk memahami bagaimana lembaga ini dipersepsikan oleh

¹¹ Mujito dkk., *Komunikasi Bisnis Seni Berbicara dalam Bisnis* (Edu Publisher, 2024), 82.

¹² David Apriyansyah, "Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Strategi Program Kerja yang Berkelanjutan," *Musytari* 5, no. 12 (2024), <https://doi.org/DOI:10.8734/mnmae.v1i2.359>.

masyarakat maupun oleh Humas yang bertugas membangun dan menjaga reputasi lembaga. *Public relation* memegang peranan penting dalam merancang strategi yang efektif untuk membangun citra positif Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri. Memahami pandangan masyarakat dan pandangan *public relation* Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri sangat diperlukan agar strategi yang dijalankan benar-benar efektif untuk membangun citra positif Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri pada masyarakat sekitar.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi masyarakat sekitar terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri sebagai bentuk dari *current image* lembaga tersebut?
2. Bagaimana *mirror image* atau pandangan internal tim *public relation* Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri terhadap citra lembaga tersebut di mata masyarakat sekitar?
3. Strategi *public relation* apa yang digunakan Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri untuk menyelaraskan persepsi internal (*mirror image*) dan eksternal (*current image*) dalam membangun citra positif di masyarakat sekitar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat sekitar terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri sebagai bentuk dari *current image* lembaga tersebut.

2. Untuk mengetahui *mirror image* atau pandangan internal tim public relation Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri terhadap citra lembaga tersebut di mata masyarakat sekitar.
3. Untuk mengetahui strategi *public relation* apa yang digunakan Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri dalam menyelaraskan persepsi internal (*mirror image*) dan eksternal (*current image*) dalam membangun citra positif di masyarakat sekitar.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini akan memperkaya literatur terkait strategi PR dalam lembaga sosial keagamaan seperti Rumah Qur'an. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan yang membahas strategi public relation dalam konteks lembaga pendidikan Islam.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan insight bagi pengelola Rumah Qur'an atau lembaga sejenis mengenai pentingnya peran PR dalam membangun citra positif. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu Rumah Qur'an Alwi al-Bahri memperbaiki atau memperkuat strategi PR mereka untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

1. Strategi Public Relation

Strategi Public Relations (PR) adalah langkah-langkah komunikasi yang dirancang untuk membantu suatu organisasi, institusi, atau individu dalam membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan yang baik dengan publik, melalui pengelolaan citra dan reputasi.

2. Citra (*Mirror Image* dan *Current Image*)

Mirror image adalah persepsi atau pandangan yang dimiliki oleh tim public relations (PR) Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri mengenai bagaimana masyarakat memandang citra lembaga mereka. Dengan kata lain, *mirror image* adalah gambaran atau keyakinan tim PR tentang reputasi dan kesan Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri di mata masyarakat sekitar menurut versi internal.

Current image adalah persepsi atau penilaian nyata yang dimiliki oleh masyarakat sekitar terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri. Ini menunjukkan bagaimana masyarakat benar-benar menilai dan melihat citra, reputasi, serta kontribusi lembaga tersebut di lingkungan mereka.

3. Citra Positif

Citra positif adalah kondisi di mana terdapat penilaian baik, kepercayaan, dan reputasi yang kuat terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri di mata masyarakat sekitar. Citra positif merupakan hasil yang diharapkan dari pelaksanaan strategi *public relation* yang dilakukan oleh tim PR, terutama ketika strategi tersebut berhasil menyelaraskan persepsi internal tim PR (*mirror image*) dengan persepsi eksternal masyarakat (*current image*). Citra positif terbentuk apabila upaya PR mampu membuat gambaran yang dipegang oleh tim PR sesuai atau sejalan dengan gambaran nyata yang dimiliki masyarakat, sehingga lembaga dinilai baik, dipercaya, dan mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya.

4. Masyarakat Sekitar

Warga atau Kelompok individu yang tinggal di lingkungan sekitar Rumah Qur'an Alwi al-Bahri dan menjadi target strategi public relation lembaga.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Safitri¹³ dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta berjudul "Strategi Public Relation Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Alif School dalam Membangun Citra *The Current Image*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan *The Nine Steps*

¹³ Intan Safitri, "Strategi Public Relations Taman Pendidikan Alquran (Tpq) Alif School dalam Membangun Citra The Current Image" (Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52632>.

of Strategic Public Relations Formative Research oleh Ronald D. Smith. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi public relations yang diterapkan TPQ Alif School mencakup penelitian formatif untuk menentukan target, strategi komunikasi melalui pengajian dan media sosial, serta evaluasi yang menunjukkan keberhasilan TPQ Alif School dalam mencapai targetnya dan berencana melakukan ekspansi di Indonesia. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas strategi public relations dalam membangun citra lembaga, tetapi berbeda dalam objek penelitian yang berfokus pada lembaga pendidikan TPQ.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoga Wahyu Amanda¹⁴ dari IAIN Ponorogo dengan judul “Peran Humas dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis data interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Yayasan Al Kautsar berperan penting dalam membangun citra positif dengan menjadi penghubung informasi, pembina hubungan, pendukung manajemen, dan pembentuk citra. Citra yang dibangun meliputi citra penampilan (optimalisasi pelayanan), citra keinginan (kesan positif fasilitas), dan citra cermin (program serta kegiatan keagamaan). Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus membangun citra positif, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian yang merupakan yayasan.

¹⁴ Yoga Wahyu Amanda, “Peran Humas dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2023), <https://etheses.iainponorogo.ac.id/23554/>.

Penelitian oleh Happy Ainun Ma'rif¹⁵ dari UIN Walisongo Semarang berjudul “Strategi Humas dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing Kabupaten Batang” Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa strategi humas dalam membangun citra sekolah mencakup peningkatan komunikasi internal dan eksternal, serta adanya faktor pendukung seperti keterbukaan masyarakat dan partisipasi guru. Hambatan yang ditemukan adalah miskomunikasi, namun strategi ini memberikan dampak positif berupa peningkatan jumlah pendaftaran siswa, kepercayaan masyarakat, serta prestasi akademik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pembahasan strategi humas dalam membangun citra, tetapi berbeda dalam fokus penelitian yang lebih mengarah pada lembaga pendidikan formal.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Fauzalia dan Harmonis¹⁶ dari Universitas Muhammadiyah Jakarta berjudul “Strategi Humas dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah” Menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi publikasi yang diterapkan meliputi kerja sama dengan media cetak, elektronik, serta media sosial. Selain itu, strategi persuasi dilakukan melalui kunjungan ke sekolah-sekolah, sementara strategi citra melibatkan kerja sama dengan perguruan tinggi lain melalui program pertukaran mahasiswa, beasiswa, dan kegiatan ilmiah. Persamaannya dengan penelitian ini adalah fokus pada strategi

¹⁵ Happy Ainun Ma'rif, “Strategi humas dalam membangun citra sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing Kabupaten Batang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2021),

¹⁶ Dian Fauzalia dan Harmonis, *Strategi Humas dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah*, Vol 1, no. 4 (2022), <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i4.158>.

humas dalam membangun citra, sementara perbedaannya terdapat pada objek penelitian yang lebih luas, yaitu perguruan tinggi.

Penelitian oleh Ardian Dwi N dan Rahmawati Zulfiningrum¹⁷ tentang “Strategi Public Relations dalam Membangun *Brand Image* pada Hotel Aruss Semarang” yang menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini mengidentifikasi tahapan strategi public relations, mulai dari riset, perencanaan dengan sudut pandang konsumen, peningkatan proses komunikasi, serta evaluasi kegiatan. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam hal membangun citra melalui strategi public relations, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berfokus pada industri perhotelan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penelitian yang terdiri dari lima bab dan di dalam masing-masing bab terdapat subbab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN, Terdiri dari Latar belakang, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi operasional, Penelitian terdahulu dan Sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS, Pada bab ini membahas tentang hal-hal yang menjadi landasan teori dalam penelitian yang berisikan pengertian

¹⁷ Rahmawati Zulfiningrum dan Ardian Dwi N, “Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Pada Hotel Aruss Semarang,” *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 250–63, <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5846>.

strategi, public relation , strategi public relation dan teori citra oleh Frank Jefkins.

BAB III : METODE PENELITIAN, Bab ini membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN, Pada bab ini akan membahas gambaran umum Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri dan berisikan hasil dan pembahasan dari penelitian

BAB V : PENUTUP, Pada bab ini akan membahas kesimpulan dan saran