

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tradisional yang sudah berdiri sejak lama. Pondok Pesantren adalah awal mula lembaga pendidikan, bisa dikatakan wujud dari proses perkembangan pendidikan nasional. Nurcholis Majid menjelaskan bahwa dilihat dari sejarahnya, pesantren tidak hanya unggul dengan makna keislaman saja, namun juga mengandung makna keaslian (*indigenous*) Indonesia.<sup>1</sup>

Pesantren merupakan referensi yang tidak pernah putus bagi para pecinta ilmu dan peneliti yang berusaha menelusuri anatominya dari berbagai dimensi. Dilihat dari alumninya, banyak sekali yang mahir dalam segala ilmu, baik ilmu agama, sosiologi dan politik. Sejarahnya, banyak tokoh-tokoh Islam jebolan pesantren yang sukses dalam kepemimpinannya, seperti Gus Dur, Kyai Haji Muhammad Hasyim Asy'ari, Kyai Haji Ahmad Dahlan dan masih banyak lagi tokoh-tokoh Islam lainnya. Oleh karena itu, pesantren sebagai sistem pendidikan di negeri ini, memiliki nilai yang tidak kecil bagi pembangunan pendidikan seutuhnya.

Namun di era globalisasi ini, masih banyak opini masyarakat yang masih ragu terhadap eksistensi pesantren, yang beranggapan bahwa pesantren ketinggalan zaman dan sulit menerima perubahan, dengan mempertahankan pola pendidikan yang kuno (tradisional) yang cenderung eksklusif dan isolatif

---

<sup>1</sup> Nurcholis Majid, *Bilik-Bilik Pesantren; Sebuah Potren Perjalanan*, (Jakarta: Paramadina, 1997), 3.

dari kehidupan sosial umumnya. Masih banyak masyarakat yang memandang sebelah mata terhadap pesantren, beranggapan bahwa, jika anaknya ditaruh di pesantren, ilmu pengetahuan umumnya akan cenderung lebih sedikit dibanding ilmu agama, yang tidak akan menjamin masa depannya. Secara tidak langsung, kini masyarakat menghendaki pembinaan pendidikan yang seimbang antara pengetahuan, karakter, sikap, serta keterampilan.<sup>2</sup>

Pembuktian yang diselenggarakan oleh pesantren, kini telah diakui banyak orang, pesantren mampu memberikan pendidikan bagi para santri untuk menyadari atas dirinya sebagai makhluk sosial yang harus bisa menguasai alam di sekelilingnya. Selain itu, kelebihan pendidikan pesantren juga sudah dibuktikan dengan munculnya pesantren modern yang menerapkan pendidikan agama dan pendidikan umum. Hal ini menimbulkan persepsi masyarakat yang awalnya ragu menjadi antusias untuk menempatkan anaknya ke pesantren. Sehingga terpupuknya kepercayaan masyarakat terhadap pesantren juga semakin meningkat. Dibuktikan bahwa pesantren kini semakin maju dan jumlah santrinya tidak kalah saing dengan pendidikan formal pada umumnya.<sup>3</sup>

Agar tetap eksis dan selalu memberi warna di mata publik, sangat dibutuhkan pengelolaan strategi yang matang dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat untuk tetap memberikan citra yang baik terhadap nama pesantren. Adanya *public relations* di dalam pesantren sangat berpengaruh besar untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat.

---

<sup>2</sup> Marjadi, Warga, Wawancara, 25 Juli 2022.

<sup>3</sup> Imroatus Sholihah, Warga, Wawancara, 25 Juli 2022.

*Public Relations Associations* mendefinisikan *public relations* sebagai upaya terencana dengan tujuan menciptakan dan menjaga nilai baik (*goodwill*) perusahaan serta adanya saling pengertian antara organisasi dan publiknya.<sup>4</sup> Salah satu tugas dari *public relations* adalah sebagai sumber informasi (*channel of communication*) dan membangun citra (*image building*) perusahaan atau organisasi. Selain itu, *public relations* juga merupakan penghubung jalinan komunikasi dengan pihak luar, lembaga, komunitas, dan lain sebagainya.

Dalam hal ini, peneliti memilih lembaga pendidikan yang relevan dengan kajian di atas, yaitu Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Kediri, merupakan kategori pondok pesantren tahfidz yang berdiri sejak tahun 1997, tepatnya di Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri Jawa Timur, yang dulunya diasuh oleh Almarhum Kyai Ahmad Hafidzi. Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” pernah mengalami masa fatroh atau masa kekosongan santri hampir 5 tahun dikarenakan pimpinannya meninggal dunia, lalu pada tahun 2012 didirikan dan dikembangkan lagi oleh menantunya yaitu K. Mohammad Asy’ari, M.H.I. Pada mulanya, pondok pesantren ini hanya menerapkan pendidikan agama saja atau non formal, namun seiring berjalanya waktu pondok pesantren ini mulai mendirikan pendidikan formal. Adapun untuk pendidikan formal meliputi SMP Islam dan MA Terpadu “Yambu’ul Qur’an”. Sedangkan untuk pendidikan non formal meliputi Madrasah Tahfidz Al-Qur’an, Madrasah Diniyah salafiyah, Roudhoh

---

<sup>4</sup> Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations: Pengantar dan Praktik*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2015), 6.

Tarbiyatil Qur'an (RTQ) ditambah dengan rutinan Majelis Ta'lim Qolbun Salim yang diadakan setiap satu bulan sekali.<sup>5</sup>

Berdasarkan pengamatan, peneliti berpendapat bahwa selama ini Pondok Pesantren "Yambu'ul Qur'an" mempunyai citra positif dan tingkat minat yang tinggi dari masyarakat atau *stakeholdernya*. Ini menunjukkan bahwa peran *public relation* di dalam suatu organisasi sangatlah penting dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat. Dengan pembuktian data yang terkumpul, bahwa jumlah santri dan jamaah Pondok Pesantren "Yambu'ul Qur'an" setiap tahunnya selalu meningkat. Dari data awal tahun 2012 hanya terdapat 15 santri, hingga sekarang mencapai hampir 400 dari jumlah keseluruhan santri mukim, Roudhoh Tarbiyatil Qur'an (RTQ), dan seluruh jamaah yang semuanya mayoritas bukan dari Kabupaten Kediri sendiri.

Sebagai pesantren yang berdiri di tengah-tengah masyarakat, tentu dibutuhkan pendekatan khusus untuk menyampaikan pesan-pesan sebagai bentuk pengenalan yang efektif sekaligus mendapat kepercayaan dari masyarakat (*stakeholder*). Pengaturan strategi untuk membuat masyarakat percaya dan mau menggunakan jasa pesantren menjadi hal yang sangat penting untuk memajukan pesantren.

Selanjutnya, dari segi tempat dan lingkungan yang strategis, Pondok Pesantren "Yambu'ul Qur'an" berkomitmen untuk mencetak generasi yang qur'ani, amali serta mahir di bidang sains dan teknologi. Ini bertujuan untuk

---

<sup>5</sup> Eko Budi Santoso, Pengurus Pondok Pesantren "Yambu'ul Qur'an", Wawancara, 25 Juli 2022.

meningkatkan mutu ilmu pengetahuan, baik dari santri, orang tua, maupun masyarakat setempat terhadap pemahaman ilmu pengetahuan dan agama.

Dari data tersebut, peneliti memutuskan untuk mengkaji dan mengobservasi lebih lanjut langkah-langkah strategi manajemen *public relations* Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholder*). Untuk itu, peneliti membuat judul penelitian **“Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *public relations* Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholder*)?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat *public relations* Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholder*)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti dapat mengemukakan tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengelolaan strategi *public relations* Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholder*)
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholders*)

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis:
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi alat ukur keefektifan strategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri sekaligus bisa memberikan manfaat dalam pengembangan strategi *public relations* dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholders*).
  - b. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan keilmuan serta menjadi pegangan intelektual santri Pondok Pesantren Yambu’ul Qur’an Plosoklaten
  - c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) serta dapat memperkaya substansi keilmuan dan sumber bacaan di lingkungan IAIN KEDIRI.
  - d. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan bagi para pembaca terkait dengan strategi *public relations* dalam mengenalkan dan

membangun kepercayaan masyarakat, baik di lembaga Islam maupun lembaga umum.

## 2. Kegunaan secara praktis:

### a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan motivasi sekaligus evaluasi bagi Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Kediri dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat melalui strategi yang telah diterapkan untuk menuju pesantren yang lebih maju.

### b. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan peneliti yang akan datang terkait bagaimana mengelola strategi *public relations* dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholders*), baik di lembaga pendidikan Islam maupun pendidikan umum.

## E. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian “Strategi *Public Relations*” ini. Untuk menghindari terjadinya pengulangan kajian terhadap hal-hal yang sama, maka diperlukan orisinalitas penelitian guna mengetahui persamaan dan perbedaannya. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian Risky Nurfajrianto, skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2018) dengan judul “Strategi Marketing *Public Relations* PT. Wahana Mitra Wisata dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umroh”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan

kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *three ways strategy* Thomas L Haris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Wahana Mitra Wisata tingkat penjualan tiketnya mengalami peningkatan dengan adanya *public relations* di dalamnya. Strategi yang digunakan oleh *public relations* PT. Wahana Mitra Wisata meliputi tiga tahap: *Pertama*, strategi *pull*, yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan dan menjaga komunikasi yang baik. *Kedua*, Strategi *push*, yaitu merangsang penjualan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempublikasikan produk yang dimiliki. *Ketiga*, strategi *pass*, yaitu dengan cara mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan di luar perusahaan.<sup>6</sup>

2. Penelitian Sangga Cumbuan Kejora. Tesis. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2019) dengan Judul “Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam Melalui Manajemen Strategis *Public Relations* (Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur di Bululawang Malang)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *public relations* yang dilakukan oleh PonPes An-Nur II tergolong berhasil dalam membangun citra dan minat masyarakat. Adapun strategi yang dilakukan melalui proses perancangan tujuan, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta rencana strategi. Dengan

---

<sup>6</sup> Rizky Nurfajrianto, “Strategi Marketing *Public Relations* PT. Wahana Mitra Wisata dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umrah”. (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

pencapaian yang didapat yaitu penghargaan PonPes terbaik, meningkatnya animo santri setiap tahunnya serta pemberdayaan sosial dan peningkatan ekonomi masyarakat.<sup>7</sup>

3. Penelitian Imad Aqil Abdurahman, Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2019) dengan judul “Peran *Public Relations* PT. Prima Komunikas Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan teori *public relations* Rusady Ruslan dan teori citra Franks Jefskin. Dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempertahankan citra perusahaan, *public relations* di PT. Prima Komunikas Media menggunakan anak perusahaannya Prime Comm sebagai alat untuk mempertahankan citra.<sup>8</sup>
4. Penelitian Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh, dan J.W. Londa, Jurnal, Acta Djurnal, Volume VI. No.1. 2017, dengan Judul “Strategi *Public Relations* dalam Memulihkan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan Teori Willian Benoit tentang pemulihan citra. Hasil penelitian ini lebih kepada kasus keracunan yang di alami oleh pelanggan, dengan kejadian tersebut, menunjukkan bahwa peran *public relations* dalam perusahaan rumah makan kawan baru megamas manado sangat berperan penting untuk mengembalikan citra perusahaan di mata

---

<sup>7</sup> Sangga Cumbuan Kejora, “Upaya Membangun Citra Dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam Melalui Manajemen Strategis *Public Relations* (Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang)”, (Tesis: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019).

<sup>8</sup> Imad Aqil Abdurahman, “Peran *Public Relations* PT. Prima Komunikasi Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”. (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019).

masyarakat. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan rumah makan kawan baru Megamas Manado adalah dengan cara meningkatkan pelayanan serta memanfaatkan media online sebagai media untuk memberikan informasi penjelasan kasus tersebut.<sup>9</sup>

5. Muhammad Qhostory dan Rahma Santhi Zinaida. Jurnal *Public Relations-JPR*, Volume 3. No. 2, 2022. Universitas Bina Darma dengan Judul “Strategi Humas PTBA Pelembang dalam Menjaga Hubungan Internal di Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori internal *public relations*. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode wawancara yang diolah menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh *public relations* PTBA Pelembang dalam menjaga hubungan internal adalah dengan cara memanfaatkan media online secara virtual. Selain itu, pihak IT juga selalu mengedukasi kepada pihak internal untuk tanggap pada situasi dimana dibutuhkan teknologi komunikasi.<sup>10</sup>

Kelima penelitian tersebut, semuanya menggunakan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dari kelima penelitian tersebut dengan penelitian peneliti adalah: penelitian pertama, fokus pada strategi *public relations* dalam Meningkatkan penjualan produk umroh. Penelitian kedua fokus pada manajemen *public relations* dalam membangun citra dan meningkatkan minat masyarakat. Penelitian ketiga fokus pada peran *public relations* dalam

---

<sup>9</sup> Selvina L. Lengkong, Mariam Sondakh, J. W. Londa, “Strategi *Public Relations* dalam Memulihkan Citra Perusahaan: Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado”. Jurnal Acta Diuma Komunikasi, Vol. 6. No. 1. (2017).

<sup>10</sup> Muhammad Qhostory, Rahma Santhi Zinaida, “Strategi Humas PTBA Pelembang dalam Menjaga Hubungan Internal di Masa Pandemi Covid-19”. *J-PR Jurnal Public Relations*. Vol. 3. No. 2. (2022).

mempertahankan citra. Penelitian keempat fokus pada strategi *public relations* dalam memulihkan citra perusahaan sebab adanya kasus. Penelitian kelima fokus pada strategi *public relations* dalam membangun hubungan internal perusahaan. Penelitian yang dilakukan peneliti ini fokus pada strategi *public relations* dalam mengenalkan dan membangun kepercayaan masyarakat (*stakeholders*), baik internal maupun eksternal. Selain itu, objek dan teori yang digunakan kelima penelitian di atas juga berbeda. Penelitian ini mengambil objek di Pondok Pesantren “Yambu’ul Qur’an” Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dengan menggunakan teori bauran *public relation* P.E.N.C.I.L.S Thomas L Haris.