

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA POSITIF MA'HAD HADHARATUL ISLAMIYAH DI DESA
SIPISPIS KECAMATAN SIPISPIS KAB. SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – syarat

Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

OLEH:

RENY SOFIZA PURBA

NIM. 0101173150

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA POSITIF MA'HAD HADHARATUL ISLAMİYAH DI DESA
SIPISPIS KECAMATAN SIPISPIS KAB. SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas – tugas dan Memenuhi Syarat – syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos)**

OLEH:

**RENY SOFIZA PURBA
NIM. 0101173150**

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I

*Apakah
di munaqasahkan
02/11/2021*

**Dr. Muktaruddin, MA
NIP. 197305141998031002**

Pembimbing II

*ACC
lanjut ps-1
19/10/2021*

**Dr. Elfi Yanti Ritonga, MA
NIP. 198502252011012022**

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reny Sofiza Purba
NIM : 0101173150
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan
Citra Positif Ma'had Hadharatul Islamiyah Di
Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten
Serdang Bedagai

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar – benar karya asli saya, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan – ringkasan yang semuanya telah di jelaskan sumbernya, apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh institusi batal saya terima.

Medan, 23 September 2021

Yang membuat pernyataan



Reny Sofiza Purba

NIM. 0101173150

Nomor : Istimewa

Medan, 23 September 2021

Lamp : 4 (empat)

Kepada Yth:

Hal : Skripsi

Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan

Reny Sofiza Purba

Komunikasi UIN-SU

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran – saran seperlunya untuk kesempurnaan skripsi mahasiswa An. Reny Sofiza Purba yang berjudul : Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadharatul Islamiyah Di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai, kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat – syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah – mudahan dalam waktu dekat, saudari tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Muktarruddin, MA
NIP. 197305141998031002



Dr. Elfi Yanti Ritonga, MA
NIP. 198502252011012022

Reny Sofiza Purba, Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadharatul Islamiyah Di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai dalam mempertahankan citra positif di mata masyarakat dan untuk mengetahui citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah dan hambatan dalam melaksanakan strategi *public relations* di Ma'had Hadharatul Islamiyah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data penelitian ini didapat dari data primer dan data sekunder. Sumber data informan penelitian ini adalah humas, pimpinan dan tokoh masyarakat. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini ialah data yang didapatkan dari pengumpulan data wawancara terstruktur, sebagai pendukung digunakan observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yaitu analisis data dengan menggunakan data reduction, data display dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu memberikan santri dengan berbagai prestasi yang dapat di salurkan dengan melakukan ceramah ke tiap masjid di bulan puasa, serta memberikan kegiatan ekstrakurikuler untuk para santri. (2) strategi *public relations* di Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu mendekatkan pihak pesantren kepada masyarakat, meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak dan juga aspeknya. Dan menjaga silaturahmi kepada masyarakat sekitar. (3) hambatan yang diperoleh pesantren yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM), bangunan yang kurang layak dipakai untuk santri belajar, dan saluran air yang tidak baik sehingga menimbulkan banjir ketika hujan lebat.

Kata kunci : Strategi, Public Relations, Citra

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik yang berjudul : Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif Di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kab. Serdang Bedagai. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang mana beliau telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman mahiriyah seperti yang kita rasakan sekarang ini.

Yang mana skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan orang – orang terkasih dan berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati yang paling dalam penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta saya Ayahanda Surya Rimba Purba dan Ibunda Lasmia Damanik yang selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta doa yang tiada hentinya, serta dukungan moral dan material yang menjadi sumber energi yang tak kunjung habis selama menempuh studi.

2. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara beserta wakil Rektor I Bapak Prof. Dr. Hasan Asari, Wakil Rektor II Ibu Dr. Hasnah Nasution, wakil Rektor III Bapak Dr. H. Nispul Khoiri, dan para staf biro Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta Wakil Dekan I bapak Rubino, MA wakil Dekan II bapak Syawaluddin Nasution, M.Ag wakil Dekan III Bapak Muaz Tanjung, MA yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
4. Ibu Dr. Irma Yusriani Simamora, MA selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, ibu Dr. Fatma Yulia, MA selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Dr. Muktarruddin, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan Ibu Dr. Elfi Yanti Ritonga, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan banyak arahan, masukan, bantuan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah beserta tenaga pendidik yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan kepada penulis untuk bisa melakukan penelitian dipesantren tersebut. Dan terimakasih juga kepa ibu Erniati Purba selaku narasumber yang

mewakili masyarakat sekitar yang telah memberikan waktu dan kesempatannya untuk penelitian skripsi ini.

7. Adik kandung saya M. Fadlan Hasbi Purba yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada sahabat yang selalu setia menemani dan mendampingi penulis selama 4 tahun ini yaitu, Zulfikar Malindo, Kartika Duri, Nurul Mursida, Sally Rabsi, Zuhrina Sukma Putri, Nona Khairiah, dan Juniarmita Sari Simatupang, yang sudah menemani masa – masa perkuliahan dari semester 1 sampai sekarang ini.
9. Teman – teman seperjuangan semasa perkuliahan stambuk 2017, semoga impian dan cita – cita kita semua tercapai. Aamiin.

Serta seluruh pihak yang sudah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk segala bentuk bantuan dan dukungan baik moril maupun materi yang diberikan untuk penulis.

Medan, 23 September 2021

Penulis



Reny Sofiza Purba
NIM. 0101173150

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Istilah	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORETIS.....	11
A. Strategi <i>Public Relations</i>	11
1. Pengertian Strategi dan Tahapan Strategi	11
2. Pengertian <i>Public Relations</i> dan Fungsi <i>Public Relations</i>	14
3. Strategi <i>Public Relations</i>	19
B. Sejarah Pesantren dan Perkembangannya	21
C. Citra.....	22
D. Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34

B. Waktu dan tempat penelitian.....	35
C. Sumber data penelitian.....	35
D. Informan Penelitian	35
E. Teknik pengumpulan data.....	36
F. Teknik analisis data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Profil Ma’had Hadharatul Islamiyah.....	40
B. Citra Positif Ma’had Hadharatul Islamiyah	42
C. Strategi <i>public relations</i> Ma’had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif.....	44
D. Hambatan – hambatan dalam mempertahankan citra positif Ma’had Hadharatul Islamiyah	47
E. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesantren merupakan suatu sarana pendidikan formal yang ada di Indonesia. Pesantren tidaklah berbeda dengan sekolah pada umumnya, hanya saja pesantren ini tidak hanya belajar mengenai pelajaran agama seperti fiqih, aqidah akhlak, Quran Hadist, bahasa Arab, menghafal Alquran, dan lainnya yang bersifat agamis tetapi juga belajar mengenai pelajaran sosial, dan pelajaran umum lainnya.

Kata pondok dan kata pesantren digabung menjadi satu sehingga membentuk pondok pesantren. Pondok pesantren menurut Arifin adalah suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui masyarakat sekitar dengan sistem asrama (komplek) dimana santri – santri menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada dibawah kedaulatan dari leadership seorang atau beberapa orang kiai dengan ciri – ciri khas yang bersifat karismatik serta independent dalam segala hal. Pada dasarnya pesantren terbentuk sebagai perwujudan dari dua keinginan yang bertemu. Keinginan orang yang ingin menimba ilmu sebagai bekal hidup (santri) dan keinginan orang yang secara ikhlas mengajarkan ilmu dan pengalamannya kepada umat (kiai).¹

Banyak pesantren yang saat ini sudah mulai berkembang dari pesantren tradisional hingga yang sudah banyak kita dengar dengan sebutan pesantren

¹ Nur Evendi, *Manajemen Perubahan di Pondok Pesantren*, (Yogyakarta : Kalimedia, 2016), hlm. 111.

modern. Salah satunya adalah Ma'had Hadharatul Islamiyah yang mana pesantren ini terletak di Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai, dan pesantren ini adalah salah satu pesantren modern yang berdiri pada tahun 2009 hingga sekarang ini. Dengan begitu walaupun modern pesantren Hadharatul Islamiyah ini juga tetap menerapkan aktifitas yang berkaitan dengan nilai – nilai islam.

Diawal berdirinya pesantren ini banyak menuai hal yang baik dimata masyarakat, sebab Desa Sipispis ini masih jauh dari kata kota namun telah berdiri sebuah pesantren. Yang mana pesantren ini juga bertujuan untuk membantu mengembangkan sebuah desa agar desa Sipispis dapat berkembang dengan adanya pesantren dan dapat meringankan biaya pendidikan bagi santri yang ingin bersekolah namun terkendala dengan terbatasnya ekonomi keluarga terkhusus juga bagi para anak yatim yang ingin bersekolah di pesantren.

Keberadaan *public relations* dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga dan publik. Pada dasarnya tujuan *public relations* adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap lembaga tersebut. Hal ini disebabkan karena *public relations* yang merupakan salah satu pemberi informasi penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

Namun peranan *public relations* tidak hanya sebatas itu, tetapi juga menjalin hubungan dengan publiknya, baik dengan *public internal* lembaga atau

organisasi maupun dengan publik eksternal. *Public relations* memerlukan tempat menggambarkan isi peran dan fungsinya untuk membangun citra positif lembaga, menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya dan menyelesaikan krisis yang terjadi.²

Sebab citra dan kepercayaan yang baik dimata masyarakat merupakan salah satu yang terpenting bagi eksistensi sebuah lembaga. Apabila kepercayaan dan citra perusahaan rusak dimata masyarakat, maka lembaga tersebut harus bersiap – siap untuk menghadapi krisis kepercayaan. Suatu lembaga yang mengalami permasalahan krisis kepercayaan akan dapat menyebabkan bertumbuhnya pandangan negatif yang berkepanjangan, serta tingkat kepercayaan dan citra perusahaan di mata masyarakat menjadi turun secara drastis.

Disamping citra positif yang telah terbangun di mata masyarakat namun ada juga hal yang kurang baik sehingga pesantren mendapatkan citra negatif. Contohnya seperti bangunan yang kurang layak dipakai oleh para santri untuk belajar, sanitasi atau saluran air yang tidak baik, dan sumber daya manusia yang tidak memadai. Tetapi walaupun diterpa dengan berita yang negatif, Ma'had Hadharatul Islamiyah tetap berdiri dengan kokoh seperti tak terpengaruh dengan isu tersebut bahkan hingga saat ini pun Ma'had Hadharatul Islamiyah masih terus berdiri dan berkembang baik.

Tentunya Ma'had Hadharatul Islamiyah bisa berdiri dan berkembang walaupun diterpa isu yang tidak mengenakan hal ini tak luput dari strategi *public*

² Agnes Datuela, *Strategi Public Relations* PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra perusahaan, Journal "Acta Diurna" Vol. II No. I Th. 2013.

relations yang dilakukan oleh pihak pesantren. Yang mana pihak pesantren memperlihatkan kepada masyarakat melalui santri atau santriwati dengan bakat dan prestasi mereka. Sebagaimana pengertiannya yang sudah diketahui *Public relations* menjadi hal yang tidak asing disetiap lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. PR memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena PR menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Mengenai kegiatan PR ada dua tanggung jawab dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Kinerja humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu, humas juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun eksternal.

Peranan humas pemerintahan adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintahan, dan mengomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintahan kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publiknya. Pentingnya peran humas instansi dan lembaga perintah dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan – kegiatan dan operasinya di berbagai tempat berbagai bidang. Teknik yang digunakan dalam humas di perintah tidak ada bedanya dengan teknik yang digunakan humas di bidang lain yaitu penyampaian informasi dan komunikasi.³

³ Evawani Elysa Lubis, *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*, Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 12, Nomor 1, Juli 2012: 1 – 73.

Strategi yang dibangun oleh seorang PR dapat menanamkan kepercayaan kepada publik tidak hanya untuk memperoleh citra positif. Tetapi citra positif yang sudah dibangun perlu dipertahankan, karena memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintahan. Begitu kepercayaan publik luntur akibat reputasi maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut.⁴

Maka dari itu dampak positif internal dari citra yang baik lainnya yaitu terhadap pegawainya sendiri. Pegawai yang bekerja pada lembaga dengan citra positif memiliki rasa bangga sehingga dapat memicu motivasi mereka untuk mengajar lebih produktif. Selain itu lembaga yang memiliki citra baik juga menjadi incaran para orang tua untuk memasukkan anaknya kedalam pesantren. Dengan demikian lembaga yang memiliki citra positif akan lebih mudah dalam melakukan segala hal untuk berkembang.

Untuk memulihkan citra negatif yang telah tersebar maka dibutuhkan strategi yang jitu dari seorang *public relations*, tentunya dengan memilih dan menerapkan strategi yang tepat serta adanya komunikasi yang baik dari semua pihak yang berperan dalam mengusahakan tujuan lembaga terlebih khusus kemampuan komunikasi. Jadi seorang *public relations* tidak hanya harus mempunyai technical skill dan managerial skill dalam keadaan normal, tapi *public relations* juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan seperti yang sedang terjadi kepada

⁴ Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.4, No.3, 2015.

Ma'had Hadharatul Islamiyah untuk mempertahankan citra positif di masyarakat.

5

Setelah penulis paparkan sebagian dari latar belakang penulisan proposal skripsi / penelitian ini, maka penulis tertarik untuk mengajukan satu penelitian yang berjudul : “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MA’HAD HADHARATUL ISLAMIYAH D DI DESA SIPISPIS KECAMATAN SIPISPIS KABUPATEN SERDANG BEDAGAI”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah suatu pilihan dari berbagai masalah yang ingin dijawab dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini maka masalah yang dirumuskan adalah :

1. Bagaimana citra positif Ma’had Hadharatul Islamiyah di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai ?
2. Bagaimana strategi *public relations* Ma’had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai ?
3. Apa saja hambatan – hambatan dalam mempertahankan citra positif Ma’had Hadharatul Islamiyah ?

C. Tujuan Penelitian

⁵ Selvina L. Lengkong, dkk, *Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*, e-journal “acta Diuma” Volume VI. No. 1. Tahun 2017.

Tujuan penelitian adalah jawaban yang ingin didapatkan dari rumusan masalah. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana citra Ma'had Hadharatul Islamiyah di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi dan langkah – langkah yang dilakukan *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Untuk mengetahui hambatan – hambatan dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah.

D. Batasan Istilah

1. Strategi

Strategi merupakan cara atau proses yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil tersebut menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.

2. *Public Relations*

Public relations adalah proses membangun relasi kepercayaan dan kerja sama antar individu dengan individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Agar proses komunikasi yang dilakukannya berjalan efektif maka *public relations* perlu memahami pengetahuan, persepsi, motif dan kebutuhan *public* sasaran. Jika program – program *public relations* diandaikan sebagai sebuah pistol, maka *public relations*

adalah “*the man behind the gun*” dan pesan – pesan komunikasinya adalah peluru.

6

3. Citra

Citra merupakan tujuan pokok sebuah lembaga. Terciptanya suatu citra lembaga yang baik di mata masyarakat atau publiknya akan banyak menguntungkan. Misalnya, akan menarik perhatian masyarakat sekitar maupun luar daerah untuk berkeinginan memasukkan anak – anaknya ke lembaga tersebut.

Setelah dijelaskan kata kunci dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang penulis ajukan adalah untuk meneliti tentang strategi *public relations* yang digunakan oleh Ma’had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai, sebagai salah satu cara untuk mempertahankan citra positif di mata masyarakat. Dan pastinya ada banyak yang dilakukan pihak pesantren itu mempertahankan citra positif tersebut.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dilihat dari dua segi, kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Sebagai berikut :

1. Teoritis

- a. Sebagai bahan bacaan serta untuk dijadikan perbandingan penelitian yang serupa.

⁶ Rachman Kriyantono, *Public Relations, Issue & Crisis Management*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), hlm.2.

- b. Sebagai bahan untuk bisa mempertahankan citra positif di mata masyarakat dengan adanya strategi *public relations*.

2. Praktis

- a. Sebagai wujud apresiasi atas hadirnya Ma'had Hadharatul Islamiyah.
- b. Sebagai bahan dasar agar Ma'had Hadharatul Islamiyah diminati banyak orang.

F. Sistematika Pembahasan

Diperlukan sistematikan pembahasan agar setiap kajian yang ingin diteliti agar terlihat jelas dan sesuai dengan yang diinginkan, oleh sebab itu dibawah ini penulis cantumkan sistematika pembahasan proposal skripsi yang terdiri dari lima (5) bab, sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, terdiri atas : Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan istilah, kegunaan penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teoretis, yakni : Strategi *public relations*, sejarah pesantren dan perkembangannya, citra, dan penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian, terdiri dari : Jenis Penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, yang merupakan rumusan dari proposal penelitian, yakni : berisi tentang penyajian data penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu deskripsi mengenai strategi komunikasi *public relations* dan

upaya yang dilakukan Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif di Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

Bab V Penutup, terdiri dari : Kesimpulan, dan Saran – saran. Terakhir Daftar Pustaka.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Strategi *Public Relations*

1. Pengertian Strategi dan Tahapan Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yang mana *strategos* yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “seni dan jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.⁷

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip – prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.⁸ Dalam mengenai definisi strategi berikut ini akan disebutkan beberapa definisi yaitu :

⁷ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : GemaInsani, 2001), hlm. 153-157.

⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi, 2000), hlm. 17.

Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.

Dan menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.⁹

Ada tiga tahapan dalam mencapai tujuan strategi yang diinginkan, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Berikut ini adalah penjelasannya :

a. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, konseptor harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternative dan memilih strategi yang dilaksanakan. Perumusan strategi berusaha menemukan masalah – masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan suatu analisis mengenai kemungkinan –

⁹ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1996), hlm.19

kemungkinan serta memperhitungkan pilihan – pilihan dan langkah – langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan tersebut.

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, dalam tahap pelaksanaan strategi yang dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasinya. Tanpa adanya komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditampilkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.¹⁰

c. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan untuk memastikan sasaran yang telah di capai untuk menetapkan tujuan berikutnya. Adapun 3 macam hal yang mendasar untuk mengevaluasi strategi yakni, sebagai berikut :

- 1) Meninjau faktor – faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang ada akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya

¹⁰ Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta : Center For Strategi and International Studies-CSIS, 1978), hlm.23.

strategi tidak efektif atau hasil implementasi buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang dicapai.

- 2) Mengukur persentasi (membandingkan hasil yang akan diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada ditinggalkan atau merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperuntukan bila tindakan atau hasil sesuai dengan yang dibayangkan semula pencapaian yang diharapkan.¹¹

2. Pengertian *Public Relations* dan Fungsi *Public Relations*

Pengertian *Public Relations* adalah gabungan dari dua buah kata yaitu “*Public*” dan “*Relation*” dan biasa disingkat dengan PR. Istilah “*Public*” dalam Indonesia diterjemahkan sebagai “*Publik*” yaitu sebagai salah satu kelompok dalam masyarakat yang sifatnya heterogen dan juga terdapat sekelompok organ yang sifatnya homogen, yang mana homogen inilah yang dapat di kategorikan sebagai “*Publik*”. “*Public*” secara umum yaitu “sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal”.

¹¹ *Ibid.* hlm.24.

Kata “*Relation* : tanpa huruf “s” dibelakangnya diartikan sebagai “hubungan” tetap kaitannya dengan *Public Relations*. “*Relations*” yang dimaksud dengan memasukkan huruf “s” dibelakangnya berarti menunjukkan sifat yang jamak dengan demikian “hubungan” disini adalah dalam arti yang jamak pula. Maka dengan demikian terjemahan “*relations*” dengan huruf “s” adalah penting dalam rangka pengertian *Public Relations* dan ini lebih jauh termasuk di dalam prinsip yang menjadi dasar landasan dan ciri khas *Public Relations*.¹²

Jadi sesuai dengan istilahnya “*public relations*” memiliki dua kata kunci yaitu “*public*” dan “*relations*” yang mana antar keduanya mengandung pengertian hubungan dengan publik. Pengertian publik bermacam – macam tergantung dengan kepentingan unit organisasi atau institusi yang diwakili. Apabila institusinya pemerintahan, maka publiknya bisa masyarakat sipil maupun sumber daya manusia di institusinya. Jadi yang dimaksud dengan *public* adalah bagian dari masyarakat yang memiliki hubungan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap institusi.¹³

Sebagaimana kita ketahui sudah banyak rumusan definisi PR dikemukakan oleh para ahli dan cendekiawan. Pada tahun 1947, di New York berkumpul sejumlah ahli dan pemikir PR. Pada perkumpulan tersebut tidak kurang 2000 definisi dikemukakan. Dari sekian banyak definisi yang diperoleh suatu rumusan yang dapat diterima oleh semua peserta, yaitu rumusan ***Griswold*** yang mana “PR

¹² Ahmad Fuad Afdhal, *Tips & Trik Public Relations*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), hlm. 260.

¹³ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2018), hlm. 143.

adalah fungsi manajemen yang melakukan penilaian terhadap sikap publik, menyesuaikan kebijakan tata kerja dari suatu organisasi atau perorangan dengan kepentingan publik dan melakukan program aksi untuk memperoleh pengertian dan persetujuan publik”.

Definisi tersebut menekankan pada aspek PR sebagai fungsi manajemen dalam membantu organisasi, institusi atau perusahaan. Fungsi yang dimaksud adalah melakukan aksi kepada publik dengan tujuan memperoleh pengertian dan dukungan. Penggunaan PR merupakan sebuah disiplin dalam memelihara reputasi dengan memahami, mendukung dan memengaruhi perilaku serta opini publik.

Menurut Frank Jefkins (1992), yang mana ia menyatakan bahwa PR adalah “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian”. Dan menurutnya, PR yaitu pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif.

14

Berikut ini adalah pengertian PR secara umum dan khusus yaitu :

a. Pengertian Umum

¹⁴ Syarifuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relation*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016), hlm.7-11.

PR adalah proses interaksi untuk menciptakan opini publik sebagai *input* yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik dari publiknya.

b. Pengertian Khusus

PR adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, kerja sama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.¹⁵

Jadi dapat kita simpulkan bahwa pengertian *Public Relations* adalah tentang reputasi hasil dari apa yang kita lakukan, apa yang kita katakan, dan apa yang orang lain katakan tentang kita. Namun penggunaan PR adalah disiplin ilmu yang bertugas menjaga reputasi dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan, serta memengaruhi opini dan perilaku. Kegiatan ini merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan publiknya.

¹⁵ *Ibid.* hlm. 11.

Fungsi dari *public relations* adalah menyebarluaskan informasi sehingga publik mengetahui dan memahami sehingga memiliki kesan yang baik terhadap institusi. Kesannya adalah persepsi individu yang diperoleh berdasarkan informasi yang diterima. Persepsi publik sangat tergantung pada daya imajinasi yang dimiliki seseorang. Semakin banyak informasi yang menarik semakin membutuhkan imajinasi untuk memaknai. Dalam konteks ini fungsi hubungan masyarakat adalah menata pesan supaya komunikasi terpengaruh sesuai dengan yang diinginkan.¹⁶

Adapun menurut Maria fungsi *public relations* yaitu “*public relations* merupakan satu bagian dari satu napas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut”.

Adapun berikut ini gambaran tentang fungsi *public relations*, yaitu sebagai berikut :

- a) Kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
- b) Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.

¹⁶ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2018), hlm. 144.

- c) Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan ciri khas dari organisasi atau perusahaan. Sebab organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif, dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas yang bisa dicapai secara optimal.
- d) Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai *input* bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.¹⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa *public relations* lebih berorientasi pada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Akan tetapi, jika fungsi *public relations* yang dilaksanakan dengan baik benar – benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, diperlukan pendekatan khusus dan motivasi dalam fungsi *public relations* adalah memelihara, mengembangbiakkan mempertahankan komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah.

3. Strategi *Public Relations*

¹⁷ Kadar Nurjaman & Khaerul Umam, *Komunikasi & Public Relation*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 114.

Strategi manajemen sering disebut rencana strategis atau rencana jangka panjang untuk menetapkan garis besar tindakan. Lamanya waktu yang akan dicakup tentu bervariasi. Kasali menyebut rencana jangka panjang merupakan pegangan untuk menyusun rencana teknis dan langkah komunikasi sehari – hari. Supaya dapat bertindak secara strategis, kegiatan PR harus menyatu dengan visi dan misi organisasi. Berikut ini beberapa langkah untuk membantu praktisi PR menerapkan program kerjanya :

- a. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar didalam maupun diluar organisasi. Fakta dan opini dapat diperoleh dari media massa dalam kurun waktu tertentu, naskah – naskah pidato pimpinan, produk publikasi perusahaan serta wawancara dengan pihak – pihak penting.
- b. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan tersebut umumnya disertai perubahan sikap perusahaan terhadap publik atau sebaliknya.
- c. Melakukan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opprortunities dan Threats*). Komponen *Strenghts* dan *Weakness* dikaji dari dalam perusahaan. Sementara itu, *Opprortunities* dan *Threats* dikaji dari lingkungan di luar organisasi. Peluang dan ancaman dapat muncul dari unsur – unsur seperti peraturan pemerintah, kecemburuan serta pandangan masyarakat, perubahan struktur kependudukan, situasi ekonomi, perubahan politik dan tekanan yang muncul.

Kelemahan dan kekuatan berasal dari dalam organisasi. Sedangkan peluang dan ancaman berasal dari luar organisasi. Peluang dan ancaman bisa muncul dari

hal – hal seperti, peraturan pemerintah, nilai masyarakat, pandangan yang sedang beredar di masyarakat, situasi ekonomi dan perubahan politik. Oleh karena itu *public relations* harus mempunyai strategi khusus dalam menghadapi hal – hal yang bisa menurunkan perkembangan organisasi. Organisasi harus mampu menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun luar organisasi. Dan *public relations* bisa berkontribusi dalam manajemen dalam melakukan perkembangan organisasi dan menaikkan citra organisasi.

Peran *public relations* dalam membangun citra tidaklah lengkap tanpa adanya perencanaan dari strategi *public relations*. Strategi *public relations* yang hanya berfokus pada teori dan tidak ditindak lanjuti ke lapangan tidak akan memberikan hasil. *Public relations* disini, dalam merumuskan dan menjalankan tugasnya dalam membangun citra memerlukan kemampuan kreasi yang mampu membuat program – program unggulan yang dapat membangun citra organisasi.

B. Sejarah Pesantren dan Perkembangannya

Pesantren sesungguhnya merupakan lembaga pendidikan tertua di Indonesia, yang secara nyata telah melahirkan banyak ulama. Istilah “pesantren” berasal dari kata pe – “santri” – an, dimana kata “santri” berarti murid dalam bahasa Jawa. Istilah “pondok” berasal dari bahasa Arab “funduq” yang berarti penginapan. Menurut Mastuhu bahwa pesantren di Nusantara telah ada sejak abad ke 13 – 17, dan di Jawa sejak abad 15 – 16 M bersamaan dengan masuknya Islam di Indonesia. Akan tetapi ditolak oleh Van Brunessen, dimana serat Senthini tersebut disusun abad 19, oleh karena itu tidak bisa dianggap sebagai sumber yang dapat dipercaya untuk menjelaskan kejadian abad 17 M. Oleh karena itu para

sejarahwan menyimpulkan bahwa lembaga pendidikan Islam Indonesia belum ada sebelum abad 18 M dan baru muncul pada akhir abad 18 M dan awal 19 M.

Biasanya pesantren dipimpin oleh seorang kyai. Untuk mengatur kehidupan pondok pesantren, kyai menunjuk seseorang santri senior untuk mengatur adik – adik kelasnya, mereka biasanya dalam pesantren tradisional disebut “*lurah pondok*”. Tujuan para santri dipisahkan dari orang tua keluarga mereka adalah agar mereka belajar hidup mandiri agar dapat meningkatkan hubungan baik dengan kyai dan juga Tuhan. Ada beberapa elemen pesantren yang membedakan dengan lembaga pendidik lain, yaitu : (1) pondok tempat menginap para santri, (2) santri yaitu peserta didik, (3) mesjid yaitu sarana ibadah dan pusat kegiatan pesantren, (4) kyai adalah tokoh atau sebutan yang memiliki kelenihan dari sisi agama, dan karisma yang dimilikinya, (5) kitab kuning sebagai referensi pokok dalam kajian keislaman.

Sampai akhir abad 20, sistem pendidikan pesantren terus mengalami perkembangan. Pesantren tidak lagi hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga mengajarkan ilmu – ilmu umum. Selain itu juga muncul pesantren – pesantren yang mengkhususkan ilmu – ilmu tertentu, seperti khusus untuk tahfidz Alquran, iptek, keterampilan dan kaderisasi gerakan – gerakan Islam. Perkembangan model pendidikan di pesantren ini juga didukung dengan perkembangan elemen – elemennya. Jika pesantren awal cukup dengan masjid dan asrama, pesantren

modern memiliki kelas – kelas, dan bahkan asrama dan prasarana cukup canggih.¹⁸

C. Citra

Konsep citra dalam dunia bisnis sekarang ini menjadi perhatian para perusahaan ataupun organisasi. Citra yang baik akan mendapatkan keuntungan dan mempunyai dampak yang baik, sebaliknya citra yang buruk akan memberikan dampak buruk dan akan merugikan suatu organisasi. Citra didapatkan melalui proses yang cukup panjang, usaha – usaha yang dilakukan oleh perusahaan tidaklah mudah untuk mendapatkan citra yang baik dimata publiknya.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dipakai bagi dunia hubungan masyarakat atau *public relations*. Sebagaimana citra yaitu *a picture of mind*, yang mana dapat diartikan dengan gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Adapun beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu :

Menurut Huddleston yang mana citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau diperoleh dari pengalaman.

Menurut Canton citra adalah kesan, perasaan dan gambaran diri publik terhadap perusahaan.

Menurut Richard F. Gerson citra adalah tentang bagaimana konsumen, calon konsumen dan pesaing melihat anda.

¹⁸ Imam Syafe'i, *Pondok Pesantren : Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter*, Jurnal Pendidikan Islam, Volume 8, 2017.

Menurut Philip Kotler citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Dan menurut Frank Jefkins citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.¹⁹

Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada di dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahami dan apa yang mereka sukai dan tidak sukai dari objek (perusahaan atau organisasi) tersebut. Setiap orang dapat melihat citra suatu objek berbeda – beda tergantung persepsi masing – masing. Dalam buku Dasar – dasar *Public Relations*, citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta – fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra orang atau suatu objek bisa diketahui dari sikapnya terhadap objek. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima seseorang.²⁰

Jadi, dapat disimpulkan bahwa citra merupakan hal yang didapat dari sebuah organisasi dari hasil keunggulan – keunggulan yang terdapat pada organisasi tersebut. Citra merupakan hasil dari kesan atau gambaran yang diperoleh dari publik hasil upaya – upaya yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Pengalaman, pengetahuan, informasi yang diterima oleh orang dapat membentuk sebuah citra. Organisasi yang ingin membangun atau menciptakan citra yang baik maka

¹⁹ Syarifuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016), hlm.156.

²⁰ Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar Public Relations*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.114.

informasi dan pengetahuan yang diberikan kepada publik haruslah informasi yang baik sehingga timbul rasa percaya pada organisasi tersebut yang kemudian membentuk sebuah citra.

Bagi sebuah organisasi atau lembaga, citra yang baik merupakan modal yang bagus untuk membangun dan memelihara kerjasama yang baik. Ada beberapa jenis citra menurut Frank Jefkins yaitu : citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), citra majemuk (*multiple image*), citra penampilan (*performance image*).

1. Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Yang mana citra ini biasanya melekat kepada pemimpin organisasi terkait pandangan orang lain. Pemimpin tersebut selalu merasa semua orang mempunyai pandangan yang positif terhadap organisasi. Biasanya, perasaan pemimpin tersebut tidak tepat karena hampir serupa dengan fantasi.

2. Citra yang Berlaku (*Current image*)

Citra ini merupakan kesan baik milik orang lain tentang organisasi atau hal lain berkaitan dengan produk.

3. Citra yang Diharapkan (*Wish Image*)

Citra yang diharapkan adalah citra yang diinginkan manajemen atau organisasi.

4. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Berkaitan dengan sosok perusahaan untuk menciptakan citra positif, lebih dikenal serta diterima publik. Sekarang ini banyak sekali perusahaan yang memahami perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya melepaskan diri dari terbentuknya kesan publik yang negatif.

5. Citra Majemuk (Multiple Image)

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak PR, misalnya mengenalkan identitas perusahaan.

6. Citra penampilan (*Performance Image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional. Misalnya dalam memberikan pelayanan, menyambut telepon, tamu, pelanggan serta publiknya.²¹

Citra itu perlu diciptakan agar bernilai positif karena citra merupakan aset terpenting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Tugas dari *public relations* disini ialah untuk menjaga citra suatu organisasi atau perusahaan sehingga tidak terjadi suatu kesalahpahaman yang dapat menimbulkan isu – isu yang dapat merugikan organisasi atau perusahaan. Citra yang baik dan positif menimbulkan kepercayaan masyarakat selama masih dapat dipertahankan. Namun, citra dapat berubah menjadi buruk dan negatif, kerugian terbesar sebuah organisasi atau

²¹ *Ibid*, hlm. 157.

perusahaan jika hal ini terjadi adalah hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan ini dan juga akan berdampak yang lebih luas lagi.²²

Terbentuknya sebuah citra adalah karena adanya persepsi, persepsi secara sederhana adalah pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya. Secara logika, jika suatu organisasi atau perusahaan sedang dalam keadaan krisis kepercayaan dari publik atau masyarakat umum, maka akan berdampak negatif terhadap citra organisasi atau perusahaan itu sendiri, bahkan akan terjadi penurunan citra sampai pada titik paling rendah (*lost of image*). Khususnya jika terjadi pada organisasi atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa akan sangat sensitive dengan masalah kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra.

Untuk mendapatkan citra yang diinginkan, perusahaan atau organisasi harus memahami proses apa yang terjadi ketika publik menerima informasi mengenai kenyataan yang terjadi. Citra yang baik dimaksudkan agar organisasi atau perusahaan dapat tetap berjalan dengan baik, dapat berkembang serta memberikan manfaat kepada orang lain.²³

a. Proses Pembentukan Citra

Citra adalah kesan atau gambaran yang diperoleh oleh perusahaan atau organisasi dari publiknya. Citra yang diperoleh organisasi merupakan hasil dari pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima oleh publik. Agar suatu

²² Firsan Nova, *Crisis Public Relations : strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), hlm. 279.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 76.

citra dapat dibentuk maka melalui sebuah proses. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu organisasi simata publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Berikut ini merupakan empat komponen proses pembentukan citra. Proses pembentukan citra dimulai dari persepsi – kognisi – sikap – motivasi diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang.

1. Persepsi

Persepsi yaitu hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan dikaitkan dengan suatu pemahaman. Persepsi ini dihasilkan dari individu yang memperhatikan sebuah lingkungan. Faktor tempat, waktu, lingkungan dan masa lalu menjadi faktor pembentukan persepsi. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan persepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan dapat memenuhi kognisi individu.

2. Kognisi

Kognisi yaitu aspek pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan, ide dan konsep. Kepercayaan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi – informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Lebih jelasnya kognisi adalah kepercayaan seseorang terhadap sesuatu yang didapatkan melalui hasil proses berikir tentang sesuatu.

3. Sikap

Sikap yaitu hasil evaluasi negatif atau positif terhadap konsekuensi – konsekuensi penggunaan suatu objek. Sikap bukan perilaku, akan tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu. Sikap mempunyai daya dorong atau motivasi. Sikap menentukan apa yang akan disukai atau tidak, diharapkan dan yang diinginkan. Sikap ini juga dapat dipengaruhi atau diubah. Publik yang telah sesuai dengan yang mereka harapkan. Sewaktu – waktu dapat berubah sesuai dengan pengetahuan dan informasi yang mereka terima. Oleh karena itu sikap ini tidak selalu statis akan tetapi dapat mengalami perubahan sewaktu – waktu.

4. Motivasi

Motivasi yaitu kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu pada setiap saat. Motivasi dimaksudkan agar individu mempunyai dorongan atau keinginan untuk melakukan kegiatan tertentu atau menanggapi sesuatu sesuai dengan tujuan mereka. Publik yang telah melalui proses persepsi, kognisi dan motivasi secara otomatis akan membentuk pola pikir akan sebuah organisasi yang mereka ketahui informasinya. Akan tetapi disini belum terlihat sikap apa yang akan dilakukan dalam organisasi tersebut. Jika informasi dan pengetahuan yang

didapat oleh publik baik maka sikap yang diberikan juga akan baik begitu pula sebaliknya.²⁴

b. Pembentukan Citra Positif

Citra positif merupakan refleksi sebuah kinerja berdasarkan kompetensi yang dilakukan secara konsisten. Dengan kata lain, sesuatu yang dipahami masyarakat sebenarnya dibentuk oleh akumulasi sikap, perilaku, dan cara lembaga mempromosikannya. Secara perlahan – lahan akan membentuk kesan tertentu dalam benak publik. Sesuatu yang masyarakat lihat, sesuatu yang mereka dengar tentang lembaga, itulah yang menjadi faktor pembentuk citra di benak masyarakat. Dapat dipahami bahwa citra positif tidak terbentuk serta merta atau sebuah kebetulan. Lembaga harus menyadari dan dapat merencanakan dalam bentuk citra positif. Maka dari itu keberhasilan lembaga dalam menciptakan citra positif sangat tergantung pada pengelolaan dan pemberdayaan yang dimiliki.²⁵

D. Penelitian Terdahulu

Dalam mendapatkan informasi penelitian terdahulu, penulis mendapatkan beberapa file. Secara tekstual, judul yang penulis ajukan tidak ada kemiripan sama sekali dengan judul yang ada. Walaupun begitu, terdapat beberapa judul penelitian sebelumnya yang mempunyai substansi penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Judul – judul penelitian terdahulu yang berhasil penulis dapatkan, sebagai berikut :

²⁴ Syarifuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016), hlm.158.

²⁵ Anisa Sri Restanti, Tantangan dan Strategi untuk Mengembangkan Citra Positif Perpustakaan, *Record and Library Journal* Volume 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015.

1. Nur Kholis pada tahun 2018 penelitian di Ponorogo dengan judul penelitian “Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo” dengan menggunakan metode penelitian observasi, wawancara, dan dokumentasi. Yang mana hasil penelitiannya yaitu peranan humas sebagai penasihat, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, partisipasi dan memberikan perhatian terhadap kedisiplinan santri. Perbedaan yang penulis ajukan yaitu dalam mempertahankan citra positif sedangkan penelitian saudari Nur Kholis hanya terfokus dalam meningkatkan citra bukan mempertahankan.
2. Zuzanna Oktaviani Bussert tahun 2014 penelitian dia Bekasi dengan judul penelitian “Strategi *Public Relations* dalam mempertahankan citra Hotel Horison Bekasi” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Yang mana hasil penelitiannya mengidentifikasi masalah *public relations* Hotel Harison menggunakan media Tracking, yang mana mereka berlangganan dengan beberapa media cetak lokal untuk memantau berita yang berhubungan dengan Hotel Harison untuk mempertahankan citra perusahaan. Perbedaan yang penulis teliti yaitu pesantren lebih dominan ke para santri untuk mempertahankan citra yang baik sedangkan penelitian saudari Zuzanna Oktaviani Bussert menjelaskan Hotel Harison menggunakan media Tracking untuk mempertahankan citra perusahaan.

3. Diana Setyawati pada tahun 2017 penelitian di Solo dengan judul penelitian “Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism di Syariah Hotel Solo” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Yang mana hasil penelitiannya dalam mempertahankan citranya strategi yang dilakukan *public relations* yaitu dengan menjalin hubungan dengan berbagai kalangan. Dan ada juga kegiatan berupa kegiatan eksternal dan internal, yang mana eksternal berupa hubungan dengan hotel, media dan komunitas yang ada di Solo. Kegiatan internal berupa menjaga hubungan sesama karyawan, meningkatkan ilmu keagamaan yang setiap satu bulan sekali diadakan pengajian dan khataman alquran. Perbedaan dengan yang penulis ajukan menggali informasi terkait cara pesantren mempertahankan citra positif dimata masyarakat.
4. Frans Surya pada tahun 2015 melakukan penelitian di Kota Tangerang dengan judul penelitian “Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang Sebagai Kota Peraih Adipura” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Yang mana hasil penelitiannya menunjukkan Humas Pemerintahan Kota Tangerang menjadi jelas, karena strategi atau konsep telah diimplementasikan secara menyeluruh. Dan mengidentifikasi masalah penelitian yakni tujuan, pesan, media dan citra sebagaimana dapat dilakukan humas pemerintahan kota Tangerang yang telah berhasil menjalankan strateginya untuk mempertahankan citra pemerintahan. Perbedaan yang penulis teliti yaitu mempertahankan citra pesantren dengan menunjukkan ke masyarakat

bahwa santri dan satri watinya berkualitas dan mampu tampil dengan baik sedangkan penelitian saudara Frans Surya mempertahankan citra pemerintahan kota Tangerang sebagai Peraih Adipura.

5. Ruhiyanah pada tahun 2013 melakukan penelitian di PT. Asuransi Takaful Keluarga dengan judul penelitian “Strategi *Public Relations* PT. Asuransi Takaful Keluarga dalam Membangun Citra Perusahaan” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Yang mana hasil penelitiannya dalam membangun citra perusahaan peneliti menggunakan teori citra perusahaan dan *Impression Management Theory*, yang mana citra perusahaan mencakup semua yang ada di perusahaan dan teori impressi dimana aktivitas untuk terlihat baik bagi orang lain dan perusahaan itu sendiri. Akan tetapi *public relations* Takaful Keluarga belum cukup berani dalam mempublikasikan Takaful Keluarga melalui acara – acara besar atau media televisi. Perbedaan yang penulis teliti yaitu Ma’had lebih berani dalam mempublikasikan pesantren dari segi media maupun melalui para santri/santriwatinya agar banyak masyarakat yang mengetahui adanya pesantren tersebut. Sedangkan penelitian saudara Rauhiyanah mereka belum berani menampilkan adanya PT. Asuransi Takaful Keluarga melalui acara – acara besar maupun media.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif. Yang mana penelitian ini dikategorikan dengan penelitian kualitatif, disebabkan penelitian ini yang menjadikan manusia sebagai instrumen, dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif.

Menurut Creswell pengertian penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian ilmiah yang lebih dimaksud untuk memahami masalah – masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan setting yang alamiah tanpa adanya interensi apa pun dari penelitian.²⁶

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang mana penelitian yang dilakukan lebih menggambarkan tentang suatu keadaan, fenomena, dan gejala yang terjadi dari subjek atau objek penelitian tersebut. Serta menjadikan objek penelitian adalah penelitian lapangan. Terkait dengan Strategi *Public Relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah Dalam Mempertahankan Citra Positif Di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

²⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu – Ilmu Sosial*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), hlm.8.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada akhir bulan april 2021 sampai dengan waktu yang belum di tentukan (sampai selesai).

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah, Nadia Lestari S.Pd sebagai humas di Ma'had Hadharatul Islamiyah, dan tokoh masyarakat sekitar.

2. Data Sekunder

Adapun data sekunder penelitian ini yakni dari buku – buku yang terkait dengan strategi *public relationsi* serta jurnal – jurnal pendukung lainnya.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar – benar mengetahui dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Informan dalam penelitian adalah :

1. Nadia Lestari S.Pd sebagai humas di Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Syahrul Nizar Saragih M.Hum M.A sebagai pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Erniati Purba sebagai salah satu masyarakat Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi dokumen.

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Adapun wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Yang mana dalam penelitian ini saya akan mewawancarai pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah, Humas dari Ma'had Hadharatul Islamiyah, tenaga pendidik, dan santri satriwati Ma'had Hadharatul Islamiyah. Wawancara yang peneliti lakukan observasi langsung ke Ma'had Hadharatul Islamiyah. Hal itu

disebabkan peneliti mewawancarai secara langsung dan mendalam untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Selain itu, peneliti juga mewawancarai salah satu alumni dan masyarakat sekitar untuk melengkapi data penelitian dikediaman mereka masing – masing.

2. Observasi

Yaitu suatu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat gejala – gejala yang diselidiki dalam Ma'had Hadharatul Islamiyah. Metode ini dilakukan untuk mengetahui secara umum subjek penelitian dengan lebih cepat dan efisien. Observasi yang dilakukan peneliti untuk melihat secara langsung tentang kegiatan dan rutinitas yang dilakukan para santri dan santriwati untuk mempertahankan citra positif ma'had Hadharatul Islamiyah. Dan untuk mengetahui sebab terjadinya Ma'had Hadharatul Islamiyah mendapatkan citra yang negatif terhadap masyarakat sekitar. Maka dari itu peneliti melakukan kunjungan ke Ma'had Hadharatul Islamiyah untuk mendapatkan informasi seputar strategi *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.

4. Studi Dokumen

Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen, sejarah Ma'had Hadharatul Islamiyah, struktur organisasi, visi dan misi, foto – foto dari Ma'had Hadharatul Islamiyah yang merupakan sumber data potensial yang menyangkut strategi *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif di desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten

Serdang Bedagai yang dapat melengkapi data yang diperlukan peneliti. Dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto, dokumen resmi dari Ma'had Hadharatul Islamiyah dan nara sumber yang sudah peneliti wawancara sebelumnya.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman yang menjelaskan tentang teknik analisis data, yang terdiri dari tiga tahapan yaitu sebagai berikut :²⁷

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

2. Penyajian Data (*Data display*)

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat narasi. Dengan *mendisplaykan* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan / Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Jakarta : CV. Alfabeta, 2010), hlm.246-253.

suatu objek yang sebelumnya masih remang – remang atau gelap sehingga setelah di teliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausalitas (sebab akibat) atau interaktif. Bila telah didukung oleh data – data yang mantap, maka dapat dijadikan kesimpulan yang jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Ma'had Hadharatul Islamiyah

1. Berdirinya Ma'had Hadharatul Islamiyah

Pondok pesantren Hadharatul Islamiyah yang mana merupakan salah satu institusi pendidikan yang ada di Desa Sipispis. Yang mana pesantren ini merupakan bentuk pendidikan yang dimulai dari sekolah Tsanawiyah hingga Aliyah. Pendiri pesantren Hadharatul Islamiyah dilatar belakangi oleh keinginan membantu masyarakat dan memajukan desa. Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu sebagai pusat pendidikan berbasis agama Islam, yang meneladani kisah Nabi dan Rasulullah.

Pondok pesantren Modern Hadharatul Islamiyah berdiri pada tahun 2009 sebagai respons atas perkembangan IPTEK dan Globalisasi. Seiring pertumbuhannya dibentuklah badan hukum, Akta Notaris No. 03 tanggal 03 Mei 2011 oleh Notaris Aloina Sinulingga, SH, berkedudukan di kota Pematang Siantar, dan disahkan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU – 4433.AH.01.04 tahun 2011 yang berkedudukan di Jakarta. Perkembangan selanjutnya pada tahun 2013 Kanwil Sumut mengeluarkan SIO untuk tingkat Mts dan pada tahun 2015 Mts Hadharatul Islamiyah telah diakreditasi oleh BAN-SM dengan nilai B.

Pondok pesantren Hadharatul Islamiyah berkedudukan di Sipispis, mengasuh jenjang pendidikan pesantren dan tsanawiyah yang mengacu pada kurikulum KMI

Gontor dan K-13. Selain juga mengacu pada *life curriculum* yang bertujuan menciptakan santri yang berilmu di atas landasan *akhlakul karimah*. Tenaga pengajar pondok pesantren Hadharatul Islamiyah berasal dari lulusan pesantren dan perguruan tinggi dari jenjang S1 dan S2.



Gambar 1.
Lokasi Ma'had Hadharatul Islamiyah

2. Visi dan Misi Ma'had Hadharatul Islamiyah

Pesantren Hadharatul Islamiyah memiliki visi serta misi yang bertujuan untuk mewujudkan santri yang berakhlakul karimah sesuai ajaran islam.

Visi Hadharatul Islamiyah : “Beriman, Berilmu di Atas Landasan Akhlak Mulia”. Visi tersebut mencerminkan cita – cita Ma'had Hadharatul Islamiyah yang berorientasi kepada pengembangan potensi kecerdasan emosional, kecerdasan intelektual dan kecerdasan spiritual.

Indikator :

- a. Rajin beribadah
- b. Santun dalam akhlak pergaulan sehari – hari
- c. Berwawasan luas ditunjukkan dengan kemampuan penguasaan pelajaran

d. Memiliki sikap pengabdian pada masyarakat

Misi Hadharatul Islamiyah : guna mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka disusunlah misi Hadharatul Islamiyah sebagai berikut :

1. Mengamalkan ajaran agama islam dalam kehidupan sehari – hari
2. Menumbuhkan semangat belajar yang berkesinambungan
3. Melaksanakan kegiatan belajar mengajar yang menyenangkan, kreatif dan inovatif.
4. Mengembangkan dan mengoptimalkan kegiatan intra dan ekstra kurikuler.

3. Arah dan Tujuan Ma'had Hadharatul Islamiyah

Mempersiapkan peserta didik untuk berakidah yang kuat terhadap Allah dan Syari'atnya, menyatu di dalam tauhid, berakhlakul karimah, berilmu pengetahuan yang luas, dan mampu untuk hidup secara dinamis di lingkungan masyarakat dan sekitarnya dengan penuh kesejahteraan dan kebahagiaan duniawi dan akhirat. Dan berdirinya salah satu pondok pesantren ini tidak lain dari kata untuk membantu masyarakat sekitar untuk mencoba memasukkan anak – anak mereka ke dalam pesantren.

B. Citra Positif Ma'had Hadharatul Islamiyah

Setiap lembaga pasti memiliki program kerja untuk mencapai tujuan, baik itu untuk jangka panjang dan juga jangka pendek. Agar tercapainya semua program kerja dan tujuan dengan baik, haruslah ada strategi yang baik. Adapun peran dan fungsi *public relations* semakin berkembang seiring dengan tumbuhnya

kesadaran. Pentingnya peran dan fungsi *public relations* dalam masyarakat dan berbagai lembaga yang membutuhkan peran *public relations* dalam mengatasi berbagai masalah. Dalam hal ini peran *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah menjadi bagian yang sangat penting, karena *public relations* sendiri yang menjadi perantara antara pihak dalam dan juga pihak luar.

Citra organisasi sendiri sangat penting dalam kelangsungan program – program dan pendidikan di Hadharatul Islamiyah. Ma'had Hadharatul Islamiyah sebagai pusat pendidikan tidak akan bisa berjalan jika tidak ada murid dan juga pendidik. Dan Ma'had Hadharatul Islamiyah juga memfasilitasi para santri dengan berbagai pengetahuan sehingga mampu meraih prestasi yang sangat bagus. Menjalin komunikasi yang baik dengan wali santri dan meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak, juga aspeknya.

Sebelum menjadi peserta didik di Ma'had Hadharatul Islamiyah, setiap calon peserta didik harus siap memenuhi persyaratan administrasi dan juga tes. Adapun tesnya yaitu meliputi tes lisan dan tes tertulis. Setiap calon peserta yang sudah lulus haruslah mengikuti serangkaian masa orientasi sebelum memulai ajaran baru. Dan peserta didik juga harus mengikuti jadwal kegiatan yang sudah rutin di Ma'had Hadharatul Islamiyah.

Selain itu, cara lain yang dilakukan pihak Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positifnya adalah dengan melakukan kegiatan ceramah setiap bulan puasa kemesjid – mesjid, terus menciptakan prestasi baik di dalam lingkungan pesantren Hadharatul Islamiyah maupun di masyarakat dan membuat

adanya ekstrakurikuler seperti pramuka, silat, muhadoroh, muhadasah pagi, hafalan Alquran. Ada beberapa citra Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu :

- 1) Satu – satunya Pesantren di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis
- 2) Uang sekolah yang masih terjangkau harganya tiap bulan
- 3) Satu – satunya sekolah yang menggunakan asrama
- 4) Juara I, Tahfiz Alquran tingkat SMP putra pada tahun 2013
- 5) Juara I, Sholat Mayit tingkat SMP pada tahun 2013
- 6) Juara I, Adzan tingkat SMP pada tahun 2015
- 7) Juara I, Nasyid Remaja pada tahun 2017

C. Strategi *Public Relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah Dalam Mempertahankan Citra Positif

Public relations menjadi salah satu utama dalam menciptakan dan membangun serta memelihara *image* positif bagi lembaga. Semakin berkembangnya lembaga maka persaingan lembaga akan semakin ketat. Keberhasilan *public relations* tidak lepas dari peran publik. Yang mana publik memberikan pendapatnya mengenai keberhasilan atau kegagalan pesantren dalam proses pembentukan maupun mempertahankan citra. Adapun perencanaan yang matang dan cermat merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam sebuah lembaga. Kegiatan yang dilakukan tidak akan tercapai dengan baik tanpa adanya strategi dan perencanaan yang terstruktur dan matang. Dalam melakukan strategi harus dengan manajemen yang baik untuk hasil tujuan bersama yang memuaskan.

Dalam perumusan strategi, humas berusaha menemukan masalah – masalah yang terjadi di peristiwa yang ada berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan suatu analisis mengenai kemungkinan serta memperhitungkan pilihan – pilihan dan langkah – langkah yang dapat diambil dalam gerak menuju kepada tujuan lembaga.

Adapun peristiwa yang dihadapi pesantren Hadharatul Islamiyah yaitu saat adanya omongan yang tidak mengenakkan untuk di dengar dan fitnah persaingan antar sesama sekolah agama. Tetapi pesantren tidak memiliki strategi khusus untuk digunakan dalam mempertahankan citra positifnya di masyarakat. Jadi mereka kalau ada masalah terjadi seperti ini mereka hanya menyerahkan semuanya kepada masyarakat itu sendiri. Maka dari itu pihak pesantren tetap menjalin silaturahmi, dan meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak dan juga aspeknya.

Berdasarkan observasi, peneliti mengamati bahwa Ma'had Hadharatul Islamiyah memiliki strategi tersendiri dalam membangun citra positif. Seorang *public relations* harus melakukan pendekatan kepada publik agar dapat membangun citra positif pesantren walaupun mereka diterpa isu – isu yang tidak mengenakkan pihak pesantren. Tetapi dengan begitu pihak pesantren tetap berbuat baik kepada siapa saja dan menjalin silaturahmi. Mengenai isu yang beredar di masyarakat mereka tidak mengambil pusing dan tidak peduli mereka tetap berbuat baik dan menjaga silaturahmi. Sebagaimana hasil wawancara dengan pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu :

“Kalau ada yang menjelek – jelekkan Hadharatul Islamiyah kalau kita lawan dengan apa yang mereka katakan maka hasilnya apa ? yang ada saling bantah – membantah, ribut, rame. Bagus kita balas dengan kebaikan, berbuat baik dengan semampu kita. Dan lebih baik kita diam, dan tunjukkan kepada mereka dengan keahlian dan kemampuan para santri”.²⁸

Maka dari itu pihak pesantren tetap menjaga tali silaturahmi sebab itu menjadi salah satu strategi Hadharatul Islamiyah untuk terus berhubungan baik dengan wali santri dan juga masyarakat. Dalam hal ini Hadharatul Islamiyah melakukan hal baik yang dapat membantu pihak lain dan memberikan *feedback* baik kepada pesantren yaitu dengan mengundang masyarakat sekitar dalam suatu acara pentas seni yang dilakukan tiap tahun dan beserta penyambutan santri baru.

Ma’had Hadharatul Islamiyah melakukan acara pentas seni untuk menjalin silaturahmi kepada masyarakat dan penyambutan santri baru. Acara ini dilakukan sekaligus perkenalan kepada santri baru sebagai hiburan yang ada di pesantren. Yang mana hiburan ini biasanya diisi dengan apresiasi seni yang diadakan oleh santri – santri yang menampilkan beberapa pementasan seni seperti drama, tari tradisional, pidato dengan tiga bahasa yaitu Indonesia, Arab dan Inggris.

Dalam segi pendidikan Ma’had Hadharatul Islamiyah sebagai pusat pendidikan, tidak hanya memberikan pelajaran formal di dalam kelas saja tetapi juga menambahkan pendidikan akhlak kepada santri agar dapat terus menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Ma’had Hadharatul Islamiyah juga berupaya untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan agar dapat mengikuti standar pendidikan

²⁸ Wawancara dengan Syahrul Nizar Saragih, Sebagai Pimpinan Ma’had Hadharatul Islamiyah, Pada Tanggal 17 September 2021, Pukul 15.00-16.18 WIB.

terbaru yang diterapkan oleh pemerintahan, meningkatkan prestasi dibidang akademik maupun non akademik, serta memelihara lingkungan asrama, gedung pembelajaran, dan fasilitas pendukung lainnya yang bersih dan sehat.

Dan Ma'had Hadharatul Islamiyah juga melakukan bakti sosial. Walaupun dengan begitu setelah muncul isu yang negatif di masyarakat tentang pesantren, hal tersebut tidak membuat pihak pesantren berhenti untuk melakukan kegiatan bakti sosial yang sudah menjadi kebiasaan pesantren untuk menolong. Bakti sosial ini dilakukan apabila masyarakat sekitar meminta bantuan kepada santri dalam mengadakan acara atau dalam suatu hal yang berkaitan dengan takjiah.

Adapun beberapa strategi *public relations* dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu :

1. Tetap berbuat baik kepada siapa saja.
2. Menjalin silaturahmi.
3. Meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak dan juga aspeknya.

D. Hambatan – hambatan dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah

Untuk menjalankan strateginya Ma'had Hadharatul Islamiyah perlu kerja keras agar berjalan sesuai dengan yang di inginkan. Tetapi setiap strategi pasti ada tantangannya tersendiri. Seperti yang saya dapat dari hasil wawancara dengan humas yaitu:

“Ma’had Hadharatul Islamiyah ini masih sangat kekurangan seperti sumber daya manusia (SDM) kita memiliki keterbatasan itu. Tuntutan yang semakin besar, sementara kan tidak semua orang punya kemampuan. Dan Alhamdulillah nya Hadharatul Islamiyah santri – santri yang masuk selalu meningkat tiap tahun walaupun masih dengan kekurangan sumber daya manusia.”²⁹

Dikutip dari wawancara dengan humas Hadharatul Islamiyah bahwa pesantren memiliki hambatan di sumber daya manusianya. Dan tidak hanya itu saja pesantren mengalami saluran air yang tidak baik yang mana mengakibatkan setiap hujan deras pesantren akan terkena dampak banjir. Menurut data santri yang masuk ke Ma’had Hadharatul Islamiyah yang peneliti dapatkan dari pihak pesantren itu tiap tahunnya selalu bertambah dan adanya peningkatan santri dari awal berdirinya pesantren sampai saat ini.

Kenaikan jumlah santri tersebut merupakan sebuah kemajuan bagi pesantren yang mana berawal berdirinya pesantren hanya memiliki 4 orang santri. Walaupun dengan bangunan tempat belajar yang masih dari kata kurang layak di pakai tetapi santri selalu meningkat. Maka dari itu, Ma’had Hadharatul Islamiyah masih dipercayai oleh masyarakat untuk menyekolahkan anak – anaknya di Ma’had Hadharatul Islamiyah. Kepercayaan masyarakat timbul dari citra yang terbentuk oleh masyarakat, yang secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang tentang suatu yang muncul dari hasil pengetahuan dan pengalamannya.

Sebagaimana menurut Frank Jeffkins yaitu citra baik dan buruk. Citra yang baik sebenarnya dapat dimunculkan kapan saja sekalipun dalam keadaan yang buruk seperti sedang tertimpa musibah atau sesuatu yang buruk.

²⁹ Wawancara dengan Nadia Lestari, Sebagai Humas di Hadharatul Islamiyah, Pada Tanggal 17 September 2021, pukul 14.00 WIB.

Caranya tentu saja dengan menjelaskan secara jujur apa yang menjadi penyebab, baik itu informasi yang salah maupun perilaku yang keliru.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu masyarakat beserta wali santri yaitu ibu Erniati Purba pada tanggal 19 September 2021 dikediamannya, yang mana mengatakan bahwa ia merasa sangat senang menyekolahkan anaknya di Hadharatul Islamiyah. Karena ia merasa setelah anaknya lulus dari sana nanti anaknya bisa menjadi lebih mandiri lagi, dan melihat suasana saat ini yaitu dengan adanya wabah Covid 19 yang mana banyak para orang tua yang khawatir dengan anaknya yang tidak mendapatkan pendidikan yang layak. Sebab pada saat ini banyak sekolah yang melakukan pembelajaran dengan daring atau online. Dengan begitu anak – anak pastinya harus mempunyai handphone untuk bisa mengikuti pembelajaran online, yang mana mereka pastinya tidak akan belajar melainkan bermain game. Maka dari itu banyak orang tua yang memasukkan anak nya ke pesantren dan percaya untuk menyekolahkan anak – anak mereka di Hadharatul Islamiyah.³⁰

Seperti yang sudah diketahui sebelumnya, bahwa Hadharatul Islamiyah sempat mendapatkan citra negatif. Namun dapat dilihat dari hasil wawancara dengan salah satu masyarakat bahwa mereka tetap upaya untuk menyekolahkan anak – anak mereka disana, karena mereka dapat melihat sendiri bahwa anak – anak mereka akan mendapatkan pelajaran yang sangat

³⁰ Wawancara dengan Erniati Purba, Sebagai masyarakat atau wali santri, Pada Tanggal 19 September 2021, pukul 11.00 WIB.

baik di sana. Berdasarkan hal tersebut, dapat di tarik kesimpulan bahwa citra Hadharatul Islamiyah tetap baik meskipun banyak diterpa isu yang negatif.

Adapun beberapa hambatan yang terjadi dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu :

1. Sumber daya manusia yang tidak memadai (SDM)
2. Bangunan yang kurang layak dipakai santri untuk belajar
3. Saluran air yang tidak baik

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi peneliti lakukan, setiap lembaga pastinya memiliki program kerja untuk mencapai tujuan, baik itu untuk jangka panjang dan juga jangka pendek. Agar tercapainya semua program kerja dan juga tujuan itu dengan baik, haruslah ada strategi yang baik pula. Yang mana humas harus berusaha untuk menemukan masalah – masalah yang terjadi dari peristiwa yang ada, kemudian mengadakan suatu analisis mengenai kemungkinan serta memperhitungkan pilihan dan langkah – langkah yang dapat diambil dalam gerak menuju kepada tujuan pesantren.

Dalam hal ini Ma'had Hadharatul Islamiyah menentukan strategi apa yang akan digunakan oleh pesantren untuk mendapatkan citra yang baik dihadapan masyarakat. Ketika pesantren mendapatkan suatu peristiwa yang tidak disangka – sangka dengan omongan yang tidak baik dihadapan masyarakat maka pihak pesantren tidak mengambil pusing, malah mereka lebih giat memperbaiki santri dan satri watinya dengan prestasi – prestasi yang di dapat dan tetap menjalin silaturahmi kepada masyarakat yang ada.

Tetapi dengan begitu pihak pesantren tetap menyerahkan kepada masyarakat dengan cara pandang mereka masing-masing terhadap pesantren, karena dengan cara itulah mereka gunakan untuk mempertahankan citra positif di masyarakat.

Dalam hal ini peran humas sangat dibutuhkan sebab humas sendiri yang menjadi perantara antara pihak dalam dan juga pihak luar pesantren. Yang mana sudah diketahui keberadaan *public relations* di sebuah lembaga merupakan suatu hal yang penting. Secara fungsional dan operasional *public relations* dapat digunakan dalam upaya menyebarkan dan mempublikasikan kegiatan suatu lembaga yang ditujukan kepada publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal lembaga. Menurut peneliti, strategi yang dipakai Ma'had Hadharatul Islamiyah merupakan strategi yang relevan dengan salah satu pendapat para ahli yaitu menurut Frank Jefkins yang mana "PR adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian".³¹

Definisi ini menyebutkan bahwa setiap yang terjadi diluar Ma'had Hadharatul Islamiyah itu sebagai tanggung jawab *public relations* yang memberikan penilaian yang baik atau yang buruk sesuai yang terjadi. Dan *public relations* yang menjadi penanggung segala yang terjadi untuk memberikan informasi yang baik tentang Ma'had Hadharatul Islamiyah agar

³¹ Syarifuddin S. Gassing & Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016), hlm.7-11.

membangun citra yang baik. Untuk membangun relasi kepercayaan dan kerja sama antar organisasi dengan publiknya maka *public relations* perlu memahami pengetahuan, persepsi, motif, dan kebutuhan publik sarannya. Maka dari itu, citra pesantren sendiri sangat penting dalam kelangsungan program – program dan pendidikan di Ma’had Hadharatul Islamiyah. Sebab Hadharatul Islamiyah sebagai pusat pendidikan tidak akan bisa berjalan jika tidak ada murid dan juga pendidiknya. Dan menjalin komunikasi yang baik dengan wali santri dan meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak, dan juga aspek lainnya.

Dalam definisi ini, individu atau pun organisasi dalam interaksi sosialnya selalu berupaya untuk menampilkan gambaran mengenai dirinya dan konsep dirinya di depan khalayaknya. Dan menunjukkan kepada khalayak dengan segala kemampuan yang ada pada pesantren untuk membangun santri yang berkualitas. Dalam hal ini Ma’had Hadharatul Islamiyah menggunakan cara dengan bersilaturahmi dan berbuat baik kepada masyarakat untuk menampilkan gambaran dan konsep diri Ma’had Hadharatul Islamiyah kepada khalayaknya untuk mempengaruhi khalayak yang ada. Dalam hal ini Ma’had Hadharatul Islamiyah mengambil peluang untuk meningkatkan citra, karena menurut Frank Jefkins definisi ini dapat mengambil keuntungan dengan melakukan aksi program yang sudah ada untuk menunjukkan ke masyarakat melalui prestasi yang ada pada santri sehingga pihak pesantren dan masyarakat memiliki hubungan yang baik.

Hadharatul Islamiyah juga terus berupaya untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan, meningkatkan prestasi dibidang akademik maupun non akademik, serta memelihara lingkungan sekitar asrama, gedung pembelajaran, dan fasilitas pendukung lainnya. Dipesantren ini tidak berbeda dengan sekolah pada umumnya, hanya saja pesantren tidak hanya belajar pelajaran agama seperti fiqih, aqidah akhlak, Qur'an Hadist, bahasa Arab, menghafal Alquran, dan pelajaran agama lainnya tetapi juga belajar mengenai pelajaran umum sama seperti sekolah pada umumnya.

Dari awal berdirinya Ma'had Hadharatul Islamiyah sudah mengalami hambatan – hambatan seperti kurangnya sumber daya manusia (SDM), bangunan yang kurang layak dipakai, tetapi dengan begitu Ma'had Hadharatul Islamiyah tiap tahunnya santri yang masuk selalu meningkat. Yang mana pada tahun 2009 santri yang pertama kali masuk itu ada 4 orang, seiring berjalannya waktu sampai saat ini santri meningkat tiap tahunnya. Maka, dapat dikatakan bahwa Ma'had Hadharatul Islamiyah masih dipercaya oleh masyarakat untuk menyekolahkan anak – anaknya di Hadharatul Islamiyah. Kepercayaan masyarakat timbul dari citra yang terbentuk oleh masyarakat, yang secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang tentang suatu yang muncul dari hasil pengetahuan dan pengalaman.³²

Menurut peneliti, proses pembentukan citra diawali dengan adanya dorongan berupa usaha pihak Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam membuka diri dan membangun hubungan sosial yang baik dengan masyarakat.

³² Wawancara dengan Nadia Lestari, sebagai Humas di Hadharatul Islamiyah.

Munculnya dorongan tersebut pun memicu terbentuknya persepsi yang baik tentang Hadharatul Islamiyah dimata masyarakat hingga mempengaruhi keyakinan dan pola pikir mereka terkait dengan isu negatif yang beredar tentang Hadharatul Islamiyah. Kemudian terbentuklah motivasi yang diperoleh dari proses keyakinan tersebut yang mendorong mereka hingga menghasilkan output berupa sikap dan perilaku positif yang berimbas pada terbentuknya citra positif Hadharatul Islamiyah dimata masyarakat.

Tetapi berdasarkan temuan dilapangan berkaitan dengan peran humas Ma'had Hadharatul Islamiyah sudah bagus karena memenuhi peran humas yang ada. Meskipun tidak diperankan oleh divisi humas sendiri namun dilakukan oleh seluruh tenaga pendidik yang ada di lembaga Ma'had Hadharatul Islamiyah mulai dari pimpinan, ustadz dan ustadzah dan santri yang ada di Ma'had Hadharatul Islamiyah. Dalam perannya humas di Ma'had Hadharatul Islamiyah menurut peneliti masih ada beberapa kelemahan diantaranya belum efektifnya bagian humas di Ma'had Hadharatul Islamiyah, sehingga program kerja humas belum sepenuhnya menyentuh publik internal dan eksternal humas. Kemudian kekurangan staf ahli dibidang humas sehingga peran humas dilembaga kurang maksimal, serta terbatasnya fasilitas humas sehingga dalam melakukan aktifitasnya menyebarkan informasi kepada publik eksternal masih menopang pada bidang lain.

Walaupun dengan begitu Ma'had Hadharatul Islamiyah tetap mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat. Sebagaimana menurut Maria fungsi *public relations* yaitu "*public relations* merupakan satu bagian

dari satu napas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut”.

Fungsi *public relations* yaitu menyebarkan informasi yang ada sehingga publik mengetahui dan memahami dan memiliki kesan yang baik terhadap lembaga. Ma’had Hadharatul Islamiyah dengan humas saling berkaitan sebab mempunyai satu tujuan dan satu visi misi yang ada, dengan begitu ketika humas memberikan informasi kepada masyarakat harus benar dan jelas sehingga publik menaruh kepercayaan dengan apa yang dikatakan humas. Selain kepercayaan masyarakat terhadap Ma’had Hadharatul Islamiyah, masyarakat akan berpartisipasi dalam proses peningkatan pelayanan yang ada.

Dalam hal ini peran humas Hadharatul Islamiyah menjadi bagian yang penting, karena humas sendiri yang menjadi perantara antara pihak dalam dan juga pihak luar lembaga. Citra lembaga sendiri sangat penting dalam kelangsungan program – program dan pendidikan di Ma’had Hadharatul Islamiyah. Berdasarkan observasi peneliti, yang mana sekarang ini lagi mengalami masa pandemi covid 19 banyak orang tua yang kewalahan dikarenakan anak – anak mereka tidak masuk sekolah melainkan sekolah online. Yang mana selama mereka sekolah daring kebanyakan diantara mereka tidak fokus belajar melainkan bermain, oleh sebab itu orang tua banyak yang resah atas ini sebab anak – anak mereka tidak lagi mau belajar.

Dari kejadian ini, banyak orang tua yang memasukkan anak mereka ke dalam pesantren. Dikarenakan pesantren tetap belajar tatap muka seperti mana biasanya sekolah. Jadi orang tua santri tidak perlu khawatir atas anak mereka yang tidak akan belajar, sebab di dalam pesantren sudah tertera seluruh kegiatan yang akan dilakukan oleh para santri. Maka para santri akan lebih fokus belajar karena peraturan di pesantren lebih ketat daripada sekolah pada umumnya. Dan tidak hanya itu saja, di pesantren santri akan diajari caranya disiplin, bertanggung jawab, dan bertutur kata yang baik.

Sebagaimana yang sudah diketahui bahwa tugas *public relations* itu adalah proses interaksi dimana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.³³

Nah, maka dari itu Ma'had Hadharatul Islamiyah dan masyarakat akan saling menguntungkan, dengan adanya anak mereka sekolah di Hadharatul Islamiyah maka akan membangun Ma'had Hadharatul Islamiyah lebih maju lagi dan akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk memasukkan anak mereka ke Ma'had Hadharatul Islamiyah. Dengan begitu akan tumbuhlah citra yang baik dimata masyarakat, sebab citra di suatu lembaga sangatlah diperlukan demi eksistensi dimasa yang akan datang.

³³ Dikutip dari : [https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/.](https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/), pada tanggal 13 Oktober 2021, Pada Pukul 10.23 Wib.

Public relations berupaya untuk menegakkan citra lembaga yang positif, baik dalam ruang lingkup internal maupun eksternal seperti masyarakat. Untuk mencapai tujuan itu, *public relations* sudah semestinya kegiatan dilaksanakan melalui strategi dan ditujukan kepada sasaran yang tepat. Pencapaian citra sendiri tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai strategi *public relations* dalam mempertahankan citra positif di Desa Sipispis. Berikut ini adalah rangkuman dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis:

1. Citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah

Adapun citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu mereka selalu memberikan yang terbaik kepada seluruh santri dan santri wati yang ada. Dan mereka juga memberikan mental dan keberanian untuk melakukan kegiatan ceramah di bulan puasa, serta kegiatan ekstrakurikuler membuat para santri mempunyai bakat.

2. Strategi *public relations* Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif

Strategi *public relations* dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu dengan meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak, dan juga aspeknya. Untuk menjalankan strateginya tersebut Hadharatul Islamiyah mewujudkan dengan berbagai program yang ada, seperti bakti sosial jika masyarakat meminta bantuan, dan mengundang masyarakat jika mengadakan acara di pesantren. Program ini dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

Walaupun pernah mengalami krisis dimana Hadharatul Islamiyah diterpa berbagai isu yang tidak mengenakkan. Tetapi pihak pesantren tetap tidak mengambil pusing dalam permasalahan tersebut. Mereka malah menunjukkan kepada masyarakat dengan cara memperbaiki santri – santri nya dan meningkatkan prestasi para santri untuk lebih baik lagi.

3. Hambatan – hambatan dalam mempertahankan citra positif Ma’had Hadharatul Islamiyah

Hambatan yang dialami Ma’had Hadharatul Islamiyah dalam mempertahankan citra positif yaitu dengan kekurangannya sumber daya manusia di pesantren, kemudian bangunan yang kurang layak digunakan para santri untuk belajar, dan saluran air yang kurang baik mengakibatkan pesantren terkena banjir ketika musim hujan.

B. Saran

Selesainya penelitian ini, peneliti mencoba memberikan saran diantaranya:

1. Peneliti menyarankan Ma’had Hadharatul Islamiyah untuk lebih terbuka kepada masyarakat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman terhadap pihak pesantren.
2. Memiliki sarana informasi yang resmi dan akurat yang berisi informasi seputar Ma’had Hadharatul Islamiyah beserta kegiatan – kegiatannya, agar suatu saat nanti ada peneliti yang ingin melakukan riset lapangan tidak repot untuk mencari info tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta : GemaInsani.
- Evendi, Nur. 2016. *Manajemen Perubahan di Pondok Pesantren*. Yogyakarta : Kalimedia.
- Fuad Afdhal, Ahmad. 2004. *Tips & Trik Public Relations*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Kriyantono, Rachman. 2015. *Public Relations, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moertopo, Ali. 1978. *Strategi Kebudayaan*. Jakarta : Center For Strategi and International Studies-CSIS.
- Nurjaman & Khaerul Umam, Kadar. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations : strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Panuju, Redi. 2018. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- S. Gassing & Suryanto, Syarifuddin. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Soemirat & Elvinaro Ardianto, Soleh. 2010. *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Jakarta : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Wahyudi, Agustinus Sri. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Jurnal

Datuela, Agnes. *Strategi Public Relations* PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra perusahaan. *Journal "Acta Diurna"* Vol. II No. I Th. 2013.

Herlina, Sisilia. *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.4, No.3, 2015.

Lengkong, Selvina L.`dkk.` *Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*, e-journal "acta Diurna" Volume VI. No. 1. Tahun 2017.

Lubis, Evawani Elysa. *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Volume 12, Nomor 1, Juli 2012: 1 – 73

Restanti, Anisa Sri. *Tantangan dan Strategi untuk Mengembangkan Citra Positif Perpustakaan*, *Record and Library Journal* Volume 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015.

Syafe'e, Imam. *Pondok Pesantren : Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter*, *Jurnal Pendidikan Islam*, Volume 8, 2017.

Website

<https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/>.

Wawancara

Wawancara dengan Syahrul Nizar Saragih, Sebagai pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah, Pada Tanggal 17 September 2021, Pukul 15.00 – 16.18 WIB.

Wawancara dengan Nadia Lestari, Sebagai Humas di Hadharatul Islamiyah, Pada Tanggal 17 September 2021, pukul 14.00 WIB.

Wawancara dengan Erniati Purba, Sebagai masyarakat atau wali santri, Pada Tanggal 19 September 2021, pukul 11.00 WIB.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara yang diajukan kepada Ustaz Syahrul Nizar Saragih selaku Pimpinan Ma'had Hadharatul Islamiyah.

1. Kalau boleh tau siapa nama Ustaz ?
2. Siapa pendiri Ma'had Hadharatul Islamiyah ?
3. Pada tahun berapa berdirinya Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis?
4. Apa sejarah berdirinya Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis ?
5. Apa visi dan misi dari Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis?
6. Apa tujuan dari berdirinya Ma'had Hadharatul Islamiyah di Desa Sipispis ?
7. Apakah Ma'had termasuk pesantren modern atau tradisional ?
8. Bagaimana strategi yang diterapkan pesantren Hadharatul Islamiyah dalam menarik minat masuk kepesantren ?
9. Apa yang dilakukan pihak pesantren ketika terdapat berita yang tidak baik di kalangan masyarakat ?
10. Bagaimana cara Ma'had Hadharatul Islamiyah untuk mendapatkan perhatian yang baik terhadap masyarakat ?

Daftar pertanyaan yang diajukan kepada Ustazah Nadia Lestari selaku Humas Ma'had Hadharatul Islamiyah.

1. Siapa nama Ustazah ? dari mana berasal ?
2. Sudah berapa lama Ustazah di Ma'had Hadharatul Islamiyah ?

3. Bisa Ustazah jelaskan bagaimana strategi *public relations* di Ma'had Hadharatul Islamiyah ?
4. Apa saja kendala yang Ustazah hadapi sewaktu menjadi humas di Ma'had Hadharatul Islamiyah ?
5. Apa saja hambatan – hambatan yang terjadi dalam meningkatkan citra positif ?
6. Apa upaya pesantren dalam mengatasi kelemahan – kelemahan yang ada ?
7. Bagaimana strategi Ma'had Hadharatul Islamiyah dalam meningkatkan citra positif ?
8. Bagaimana struktur organisasi Ma'had Hadharatul Islamiyah ?

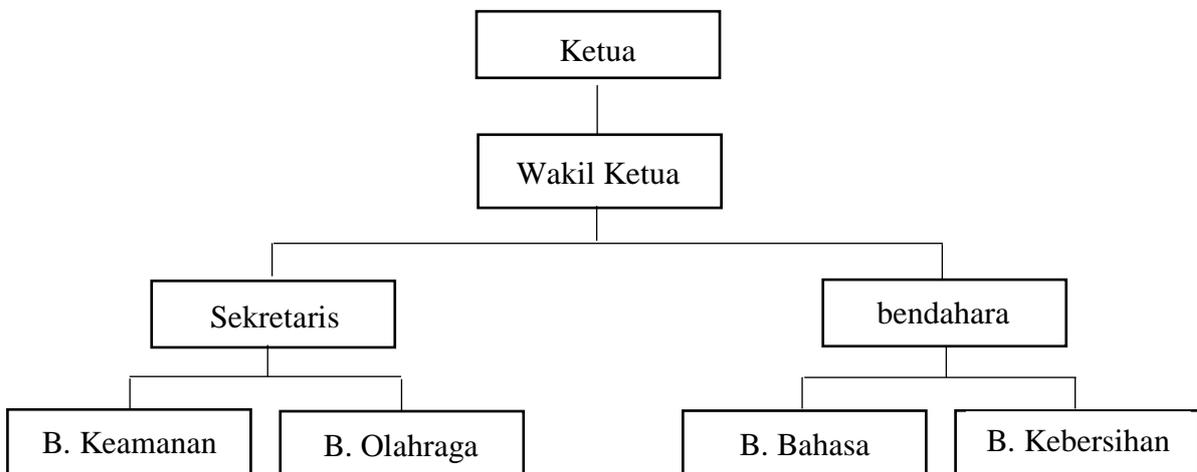
Daftar pertanyaan yang diajukan kepada Ibu Erniati Purba selaku masyarakat Desa Sipispis beserta wali santri.

1. Siapa nama ibu kalau boleh tau ?
2. Bagaimana pandangan ibu adanya pesantren di Desa Sipispis ini ?
3. Apa yang menjadikan alasan ibu untuk memasukkan anak ibu ke Ma'had Hadharatul Islamiyah Desa Sipispis ?
4. Bagaimana tanggapan ibu mengenai Hadharatul Islamiyah setelah anak ibu sekolah disana ?

STRUKTUR ORGANISASI MA'HAD HADHARATUL ISLAMIYAH

Ma'had Hadharatul Islamiyah yaitu sebuah pesantren yang melakukan sistem asrama. Karenanya seluruh unsur yang terlibat dalam pendidikan terkait satu sama lain. Yang mana di dalam Ma'had Hadharatul Islamiyah ada beberapa struktur organisasi yaitu :

Struktur Organisasi Hadharatul Islamiyah



JADWAL KEGIATAN SANTRI

Jadwal Kegiatan Santri

No	Waktu	Jenis Kegiatan
1	04.30 – 07.30	- Sholat Subuh - Menghafal kosa kata bahasa Arab atau Inggris - Laporan hafalan Alquran
2	07.45 – 12.20	Kegiatan belajar dikelas
3	12.30 – 13.50	- Sholat Zuhur berjamaah - Makan Siang
4	14.00 – 15.25	Ekstra kurikuler
5	15.30 – 16.00	Sholat Ashar berjamaah
6	16.05 – 17.30	Olahraga
7	17.35 – 18.25	Mandi dan persiapan sholat Magrib
8	18.30 – 20.00	- Sholat Magrib berjamaah - Membaca Alquran - Makan malam - Sholat Isya berjamaah
9	20.30 – 22.00	- Belajar Malam - Les tambahan - Latihan Pidato
10	22.00 – 04.30	Istirahat / tidur

DOKUMENTASI



Gambar 1



Gambar 2

Keterangan Gambar :

Gambar 1 : peneli foto bersama Pimpinan Hadharatul Islamiyah Ustaz Syahrul Nizar Saragih

gambar 2 : Foto wali santri dan masyarakat sekitar dalam menghadiri acara pentas seni



Gambar 3



gambar 4

Keterangan Gambar :

Gambar 3 : Foto santri dan santri wati di atas panggung pentas seni

Gambar 4 : peneliti foto bersama tenaga pendidik pesantren Ustazah Azura Ramadona Sinaga



Gambar 5



Gambar 6

Keterangan Gambar :

Gambar 5 : Foto fasilitas di Ma'had Hadharatul Islamiyah gedung pengambilan air minum

Gambar 6 : Foto santri dan santri wati Ma'had Hadharatul Islamiyah melakukan kegiatan pramuka



Gambar 7



Gambar 8

Keterangan Gambar :

Gambar 7 : Foto pondok tempat wali santri berkunjung

Gambar 8 : peneliti foto bersama bagian Humas Hadharatul Islamiyah Ustazah Nadia Lestari



gambar 9



Gambar 10

Keterangan Gambar :

Gambar 9 : Foto bagian ruang kelas dan mushola Ma'had

Gambar 10 : Peneliti foto bersama Masyarakat/wali santri Ibu Erniati Purba



Gambar 11



Gambar 12

Keterangan Gambar :

Gambar 11 : Foto ekstrakurikuler pencak silat Hadharatul Islamiyah

Gambar 12 : Foto kegiatan muhadoroh yaitu pidato 3 bahasa



Gambar 13



Gambar 14

Keterangan Gambar :

Gambar 13 : Foto para tenaga pendidik Ma'had Hadharatul Islamiyah

Gambar 14 : Foto para santri wati menari tarian tradisional



Gambar 15

Keterangan Gambar :

Gambar 15 : Foto santri dalam persiapan acara pentas seni



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683

Nomor : B-1724/DK/DK.V.1/TL.00/05/2021

28 Mei 2021

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

**Yth. Bapak/Ibu Kepala Pondok pesantren Hadharatul Islamiyah Jl. Sudirman
Desa Sipispis Sergai**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

Nama : Reny Sofiza Purba
NIM : 0101173150
Tempat/Tanggal Lahir : Sipispis, 29 April 1999
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : Jl. Bajalinggai Pekan Sipispis Dusun 2

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Jl. Sudirman Desa Sipispis Sergai, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul:

Strategi Public Relations dalam mempertahankan citra positif Ma'had Hadharatul Islamiyah di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 28 Mei 2021
a.n. DEKAN Wakil
Dekan I



Digitally Signed

Dr. Rubino, MA

NIP. 197312291999031001

Tembusan:

- Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan

SURAT BALASAN PERMOHONAN PENELITIAN

Hal : Balasan

Kepada Yth :

Ketua Prodi S1 Komunikasi&Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syahrul Nizar Saragih MA

Jabatan : Pimpinan Pondok Pesantren

Menerangkan bahwa,

Nama : Reny Sofiza Purba

NIM : 0101173150

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Pondok Pesantren Modern Hadharatul Islamiyah sebagai syarat penyusun skripsi dengan judul :

“Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif Ma’had Hadharatul Islamiyah Di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Sipispis, 17 September 2021
Hormat kami,
Syahrul Nizar Saragih, MA



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Reny Sofiza Purba
Tempat / Tanggal Lahir : Sipispis, 29 April 1999
NIM : 0101173150
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan
Penyiaran Islam

B. Data Orang Tua

Ayah : Surya Rimba Purba
Ibu : Lasmia Damanik
Pekerjaan Ayah : Buruh Harian
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Dusun II Desa Sipispis Kecamatan Sipispis

C. Jenjang Pendidikan

1. TK Sri Pamela Buluh Duri Kec. Sipispis
2. SD Negeri 102112 Sipispis
3. Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Hasyimiyah Tebing Tinggi
4. SMK Negeri 2 Tebing Tinggi
5. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara