

## STRATEGI HUMAS PONDOK PESANTREN AR-RAUDLATUL HASANAH DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PADA MASYARAKAT SUMATERA UTARA

Nuraina Nabilah <sup>1\*</sup>, Nurhanifah <sup>2</sup>

<sup>1\*2</sup> Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

*Corresponding Email:* nuraina0101191003@uinsu.ac.id <sup>1\*</sup>

### Histori Artikel:

*Dikirim* 27 Juni 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 19 Juli 2023; *Diterima* 28 Juli 2023; *Diterbitkan* 10 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana peran penting Humas dalam meningkatkan citra Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah di kalangan masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis strategi yang diimplementasikan oleh Humas Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah dalam memperkuat citra positif pesantren tersebut di tengah masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan telaah pustaka. Proses analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa peran Humas Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah memiliki signifikansi yang luar biasa dalam meningkatkan dan mempertahankan citra positif pesantren tersebut di kalangan masyarakat. Bahkan, kini peran Humas menjadi elemen tak tergantikan dan esensial dalam konteks pesantren. Upaya Humas Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah dalam memperkuat citra pesantren dilakukan melalui penguatan komunikasi dengan masyarakat luar pesantren, menjalin hubungan baik dengan lembaga pesantren lainnya, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi seputar Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah secara luas. Selain itu, Humas Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah juga melakukan evaluasi terhadap setiap kegiatan yang telah direncanakan dan dilaksanakan, sebagai bagian dari upaya untuk terus meningkatkan kinerja dan citra pesantren.

**Kata Kunci:** Humas; Pesantren; Citra.

### Abstract

The purpose of this study was to examine the extent to which Public Relations played an important role in improving the image of the Ar-Raudlatul Hasanah Islamic Boarding School among the public. This study also aims to analyze the strategy implemented by the Public Relations of the Islamic boarding school Ar-Raudlatul Hasanah to reinforce the positive image of the perpetrators in the community. The approach used in this study is a qualitative descriptive one, with data obtained through interviews, observations and literature reviews. The data analysis process includes data collection, data reduction, and drawing conclusions. The results of this study confirm that the Public Relations role of the Ar-Raudlatul Hasanah Islamic Boarding School is of particular importance in improving and maintaining a positive image of the Poidstren in the community. In fact, the role of Public Relations is now an essential and irreplaceable element in the context of Islamic boarding schools. The Public Relations efforts of the Ar-Raudlatul Hasanah Islamic Boarding School to enhance the image of the Islamic boarding school are carried out by increasing communication with the community outside the Islamic boarding school, establishing have good relations with other Muslim boarding schools and use social media as a means to widely spread information about the Ar-Raudlatul Hasanah Islamic Boarding School. In addition, the Public Relations Department of the Ar-Raudlatul Hasanah Islamic Boarding School also reviews each activity planned and carried out, as part of its ongoing efforts to improve the School's performance and image Islamic boarding.

**Keyword:** PR; Islamic Boarding; Image.

## 1. Pendahuluan

Pentingnya peran Humas dalam suatu lembaga, terutama dalam konteks lembaga pendidikan, menjadi latar belakang dari penelitian ilmiah ini. Humas memiliki peran utama yang mencakup tiga aspek krusial: 1) Sebagai Image Maker, Humas bertanggung jawab menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra positif lembaga; 2) Sebagai Communicator/Mediator, Humas melaksanakan komunikasi dua arah dengan para stakeholders lembaga, baik dalam dimensi vertikal, horizontal, internal, maupun eksternal, untuk membangun hubungan yang harmonis dan serasi antara organisasi dan publiknya; dan 3) Sebagai Back-up Management, Humas memberikan dukungan dan penunjang pada setiap kegiatan yang dilaksanakan dalam lembaga tersebut [1].

*Public Relations* atau Humas memegang posisi krusial dalam instansi, terutama di lembaga pendidikan, di mana mereka sering berinteraksi dengan masyarakat luas untuk menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan sikap saling pengertian antara lembaga dan masyarakat. Keberadaan Humas menjadi jembatan penting yang menghubungkan lembaga dengan masyarakat, berfungsi untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan memperkuat hubungan baik sehingga menciptakan citra yang positif [2].

Fungsi Humas tidak terlepas dari pengaruh opini publik, karena salah satu perannya adalah menciptakan opini publik yang mendukung (goodwill) dan berpartisipasi aktif. Kinerja Humas di lembaga pendidikan umumnya membantu dalam menjalankan program pendidikan untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, Humas di lembaga pendidikan juga berperan penting dalam membangun dan menyediakan informasi baik bagi internal maupun eksternal. Secara eksternal, Humas berperan dalam menyediakan informasi tentang lembaga pendidikan tersebut, memberikan klarifikasi atas berita yang merugikan, dan membangun hubungan baik dengan masyarakat dan pihak luar. Strategi Humas yang dibangun oleh seorang profesional dalam bidang *Public Relations* mampu menanamkan kepercayaan publik bukan hanya untuk menciptakan citra positif, tetapi juga untuk mempertahankan citra tersebut karena reputasi lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan publik. Jika kepercayaan publik luntur akibat reputasi negatif, maka memulihkan kepercayaan tersebut akan menjadi tantangan yang sulit [3].

Pada masa kini, *Public Relations* atau Humas dapat dianggap sebagai elemen penentu kelangsungan hidup dan eksistensi suatu lembaga. Peran Humas sangat vital dalam menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat atau publik, yang menjadi sasaran dari kegiatan *Public Relations* itu sendiri [4]. Hubungan masyarakat merupakan suatu praktik dalam mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dengan publik. Kegiatan Humas dapat dilakukan melalui organisasi atau individu yang mengkomunikasikan kepentingan publik, termasuk siaran pers dan berbagai bentuk komunikasi langsung. *Public Relations* atau Humas adalah bentuk komunikasi dua arah antara organisasi dan publik yang berfungsi untuk mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan memfasilitasi pengembangan kerjasama dan pencapaian tujuan bersama. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip manajemen, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, diterapkan dalam semua kegiatan komunikasi antara organisasi dan publik, guna menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian, kegiatan komunikasi antara organisasi dan masyarakat umum dapat berhasil melalui serangkaian program yang dirancang untuk mendukung tujuan suatu organisasi [5].

Di era yang maju dan modern saat ini, humas tidak hanya menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan publik, membangun citra positif secara formal dan menggunakan cara-cara konvensional tetapi menggunakan media berbasis internet. Di era digital ini, semua organisasi terutama lembaga pendidikan ikut serta memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menyebarluaskan informasi dan menjaga hubungan dengan masyarakat.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan tertua di Indonesia. Organisasi ini ada dan pertama kali didirikan pada masa Wali Songo, tepatnya pada masa Syekh Maulana Malik Ibrahim, sekitar tahun 1419 M. Sebagai pendakwah Islam di wilayah Gresik (Jawa Timur), beliau dianggap sebagai pendiri Islam pertama pesantren di Jawa. Dan Syekh Maulana Malik Ibrahim yang juga dikenal sebagai Pengarah Kerohanian Wali Songo, juga seorang pengajar di sebuah pesantren yang ada [6]. Pesantren

adalah lembaga pendidikan yang dipimpin oleh seorang kyai atau guru yang dibantu oleh pendidik lainnya yang disebut *ustad* dan *ustazah* untuk mendidik santri dengan fasilitas masjid dan ruang kelas digunakan untuk melaksanakan proses pendidikan. Selain itu, pondok pesantren juga dilengkapi dengan pondok atau asrama agar para santri dapat tinggal sehingga tidak perlu pulang ke rumah untuk beristirahat setelah menyelesaikan studinya.

Kajian ini bersumber dari data yang diperoleh di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah, salah satu pesantren modern. Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah berdiri pada tanggal 18 Oktober 1982 dan berlokasi di atas tanah wakaf. Pesantren ini menggunakan metode pembelajaran formal dan informal, dari pagi hingga malam. Sejak berdiri hingga sekarang, Pondok Pesantren Ar Raudhatul Hasanah terus eksis bahkan jumlah santri di Poidisren terus bertambah. Hal ini membuktikan bahwa upaya Humas Pondok Pesantren Ar Raudhatul Hasanah untuk membangun citra positif di masyarakat telah dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Humas Pondok Pesantren Ar Raudhatul Hasanah untuk meningkatkan dan mempertahankan citra positif di kalangan masyarakat Sumatera Utara sehingga mampu mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat. dunia. . pendidikan dan dakwah.

Finawati mengatakan, semua aspirasi yang disampaikan masyarakat harus didayagunakan, karena pesantren sulit maju pesat jika tidak direspons oleh masyarakat. Jika aspirasi masyarakat tidak diperhitungkan dan dikelola dengan baik, maka dapat menjadi penghambat kemajuan para penambang. Untuk menjadi mitra yang baik, pemikir harus mampu memanfaatkan peluang yang ada di masyarakat. Karena harus dipahami bahwa uang ada untuk masyarakat dan dikelola oleh masyarakat [7].

Kepercayaan masyarakat merupakan salah satu kunci kemajuan lembaga pendidikan Islam. Ketika orang percaya sepenuhnya pada lembaga pendidikan Islam, mereka akan memberikan dukungan penuh. Tidak hanya menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan Islam tersebut, tetapi juga mempengaruhi orang-orang di sekitarnya untuk ikut serta menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut. Sebaliknya, jika orang tidak percaya, mereka tidak hanya tidak mengizinkan anaknya masuk ke lembaga pendidikan tersebut, tetapi juga menghasut orang lain untuk tidak masuk ke lembaga pendidikan tersebut [8].

Setyawan menyatakan dalam kajiannya yang berjudul “Manajemen Humas di Pondok Pesantren Miftahul Huda Boyolali”, bahwa Humas Islam dapat dipahami sebagai program manajemen yang menitikberatkan pada kegiatan komunikasi yang lebih berorientasi antara organisasi dan komunitas, atas dasar prinsip-prinsip Islam yang terkandung dalam Alquran. dan Sunnah. Bertujuan untuk menciptakan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antara pesantren maupun dari pihak Masyarakat [9].

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis yang diperoleh dari situasi alam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, sehingga peneliti memaparkan lebih detail apa yang ingin diperoleh dari hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara terencana, observasi, dan kajian pustaka. Wawancara yang berlangsung dilakukan dengan Humas Pondok Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah. Wawancara terencana adalah wawancara yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang topik yang direncanakan. Untuk melakukan wawancara terencana, pewawancara terlebih dahulu harus menyiapkan pedoman wawancara dan mengidentifikasi orang atau sumber informasi yang terlibat. Informan yang dimaksud adalah pihak yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup terkait dengan topik yang direncanakan. Wawancara dapat memberikan pandangan realistis tentang suatu fenomena yang tidak dapat diukur. Analisis yang digunakan bersifat deskriptif, sehingga peneliti dapat memperoleh penjelasan yang detail tentang situasi dan fenomena yang ada [11]. Dan mengumpulkan data dengan melakukan telaah dokumen. Cakupan penelitian yang relevan, keluasannya, serta kecanggihan dan kedalaman analisis yang disajikan dalam tinjauan literatur, akan menentukan sejauh mana sumber-

sumber tersebut berkontribusi pada pengembangan masalah literatur saat ini. penelitian didasarkan pada [12].

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Bentuk Komunikasi

Jauh sebelum Humas atau yang disebut juga dengan *Public Relations* hadir di Indonesia, bahkan sebelum tercetusnya *Public Relations* pertama kali di dunia oleh ahli, *Public Relations* atau yang disebut juga dengan hubungan masyarakat sudah dibahas dalam Islam. Yakni hablum minallah dan hablum minannas, yaitu hubungan manusia dengan Allah sebagai sang khalik dan hubungan manusia dengan manusia. Sebagaimana yang tercantum dalam firman Allah Subhanahu wa Ta'ala surah Annisa ayat : 36, yang artinya :

“Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun. Dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri”.( QS. annisa :36 )

Dalam ayat tersebut menjelaskan mengenai perintah dalam hubungan manusia dengan sang khalik, yaitu dengan menyembah dan beribadah kepada Allah, serta larangan akan menyekutukan Allah. Lalu dilanjutkan dengan perintah untuk melakukan kebaikan kepada orang tua, kerabat, anak yatim, orang – orang miskin, tetangga dekat maupun jauh, teman,ibnu sabil dan juga kepada hamba sahaya. Yang berarti dalam hal ini Allah memerintahkan untuk membangun hubungan baik kepada sesama manusia, dari semua golongan. Dan dalam kalimat terakhir sebagai larangan manusia untuk membanggakan diri dan sombong. Yang juga bisa merusak hubungan antara manusia dengan manusia.

*Public Relations* pertama kali diperkenalkan oleh Ivy Ledbetter Lee pada tahun 1906, dalam sebuah polemik di dunia industri yaitu industri batu bara di Amerika Serikat. Ivy Ledbetter lee mendeklarasikan bahwa prinsip – prinsip dasar dari sebuah organisasi, komunitas, maupun instansi, pada hakikatnya tidak bisa terlepas dari pengelolaan komunikasi dengan masyarakat luar [13]. Saat itu Ivy Ledbetter Lee yang notabene seorang jurnalis muncul sebagai Tokoh Public Relation/ Humas untuk pertama kalinya. Beliau menawarkan manajemen Humas sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan yang sedang terjadi di industri batu bara yang sedang mengalami mogok massal dari para pekerja yang meminta kenaikan gaji. Atas upayanya tersebut, ia diangkat menjadi *The Father of Public Relations*.

Agar permasalahan yang terjadi itu dapat terpecahkan, maka Ivy Lee memberikan beberapa usulan berupa inovasi yang besar dalam peran *Public Relations* /Humas untuk mengatasi permasalahan besar yang terjadi saat itu melalui konsep teori dasar, diantaranya:

- 1) Menciptakan manajemen Humas untuk mengatur perkembangan informasi dengan cara terbuka.
- 2) Menjalin kerjasama dengan pihak pers.
- 3) Menjadi pimpinan perusahaan dan menjadi pengambil keputusan tertinggi (*Decision Maker*) dan ( *Policy Maker* ).
- 4) Memiliki kuasa penuh dalam menjalankan fungsi dan berkontribusi sebagai pejabat Humas untuk menata Humas
- 5) Manajemen Humas harus bersifat informasi terbuka (*Open Communication*) terhadap masyarakat, pekerja, maupun pihak pers [4].

Sedangkan masuknya *Public Relations* secara konseptual, Humas hadir di Indonesia pada tahun 1950-an atau sekitar pertengahan abad ke-20.yang ditandai dengan berdirinya sebuah organisasi *Public relations* di perusahaan Pertamina (yaitu perusahaan minyak milik negara) untuk pertama kalinya [14]. Humas pondok pesantren Ar-Raudlatul Hasanah merupakan sebuah komponen yang penting dalam membangun hubungan antara pesantren dengan masyarakat luar. Tugas utama Humas pondok pesantren Ar-Raudlatul Hasanah adalah menjaga komunikasi dengan masyarakat luar pondok dengan

cara berbagai informasi-informasi terkait dengan perkembangan pesantren secara umum. Informasi disini berupa kegiatan-kegiatan pesantren, seperti kegiatan harian, mingguan atau tahunan pesantren, baik dari kegiatan santrinya, keguruan, organisasi, struktural, badan wakaf, baik yang berkembang atau hal yang baru. Dalam menjalankan perannya dalam meningkatkan dan mempertahankan citra positif pesantren dengan terus menjaga hubungan dan komunikasi dengan masyarakat luar, serta memberikan informasi-informasi mengenai pesantren secara umum, Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah melakukan komunikasi secara langsung, menggunakan media cetak, dan juga dengan memanfaatkan media sosial.

Sebelum adanya media sosial, pesantren menginformasikan tentang pesantren secara verbal. Dari lisan ke lisan, dari informasi yang disampaikan kepada wali santri yang sedang berkunjung ke pesantren, dan lain sebagainya. Ada juga dari media literatur seperti, Media Informasi Tahunan RH (MITRA), Majalah santri (MATLA), juga kalender berisi gambar-gambar kegiatan pesantren, yang kalendernya kita sebar kepada seluruh santri dan masyarakat. Dengan berkembangnya zaman, dan semakin canggihnya teknologi, Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah juga ikut serta dalam memanfaatkan kecanggihan – kecanggihan tersebut, guna mempermudah proses peningkatan citra positif pesantren. Beberapa media sosial resmi pondok yang aktif saat ini adalah Website, YouTube, Facebook, Instagram termasuk sebagai admin juga di WhatsApp pesantren. Informasi yang dibagikan tentunya tetap harus ada filtering dari atasan bahkan dari kedirektoran untuk memilih berita yang layak tampil di publik dan mana informasi yang bersifat privasi atau untuk internal pesantren saja.

Dan sosial media pesantren Ar-Raudlatul Hasanah yang dapat dikunjungi adalah :

- 1) Facebook : <https://www.facebook.com/Raudhahmedan?mibextid=ZbWKwL> (pusat, Medan)
- 2) <https://www.facebook.com/arraudlah.hasanah?mibextid=ZbWKwL> (cabang, Tiga Binanga)
- 3) Youtube : <https://youtube.com/@raudhahtv1179>
- 4) Instagram : <https://instagram.com/arraudlatulhasanah?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>
- 5) Website : <https://raudhah.ac.id/>

Humas pondok pesantren Ar-Raudlatul Hasanah tidak dibentuk sejak awal mula berdirinya pesantren. Dulu, upaya dalam membangun citra positif pesantren di masyarakat masih di-handle oleh bagian Sekretariat secara umum, seiring perkembangan zaman, barulah bagian Ke-humasan dibentuk yang memang dikhususkan untuk menjaga citra pondok dengan cara tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat luar pesantren. Meskipun pada awalnya (sebelum adanya Humas yang berperan dalam membangun citra positif di masyarakat adalah sekretariat pesantren, saat ini tugas tersebut tidak bisa dialihkan kembali kepada mereka, maupun kepada pihak lainnya. Semakin berjalannya waktu, pesantren Ar-Raudlatul Hasanah semakin berkembang dan jumlah santri dan santriwati semakin meningkat, hal tersebut juga berdampak pada tugas sekretariat pesantren dan bagian lainnya. Sehingga tugas yang sudah dijalankan oleh Humas tidak bisa dipindahkan kepada pihak lainnya, karena tiap – tiap bagian memiliki tugasnya masing – masing.

Ditengah banyaknya instansi – instansi pendidikan yang mulai menjamur, seperti halnya instansi pendidikan Islami yang termasuk pesantren didalamnya. banyak dari instansi pendidikan yang merasa bersaing dengan instansi pendidikan lainnya. Namun tidak dengan pesantren, yang tujuan didirikannya sebagai wadah untuk mencerdaskan umat. Tentunya pesantren harus tetap menjalin silaturahmi dengan seluruh pesantren. Khususnya pesantren yang semodel, pesantren berbasis Kulliyatul Mu'alimiyah Islamiyah (KMI), juga pesantren - pesantren yang sederah dengan pesantren Ar-Raudlatul Hasanah. Tentunya tidak ada rasa persaingan antar sesama. karena tujuannya sama yaitu mendidik umat. Dan diharapkan pesantren sejalan dengan pesantren lain.

Dalam melaksanakan tugasnya, Humas pondok pesantren Ar-Raudlatul Hasanah menerapkan manajemen Humas yakni :

- 1) Perencanaan, Sebagai tahap pertama yang dilakukan sebelum melakukan kegiatan, kebijakan, maupun program. Perencanaan merupakan suatu upaya awal untuk menentukan program kegiatan yang ingin dilakukan serta merancang bagaimana pelaksanaannya agar mencapai tujuan yang diinginkan. Tim Humas akan melakukan rapat ,yang diawali dengan rapat internal antar tim

Humas, lalu melakukan rapat dengan direktur dan pimpinan pesantren. Tujuan dari rapat yang dilaksanakan untuk mendiskusikan mengenai perencanaan dari kegiatan yang akan dilaksanakan. Dan hasil akhir dari rapat tersebut yang akan menentukan dilaksanakannya atau tidak rencana yang telah disusun.

- 2) Pengorganisasian, yaitu fungsi manajemen untuk membagikan tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh Humas, serta menata dan mempersiapkan sumber daya yang ada untuk mengerjakan tugas tersebut. Misal, ketua Humas bertugas menyambut guru besar yang hadir, tim Humas yang lainnya bertugas mempersiapkan transportasi dan melakukan pengecekan konsumsi dan tempat pertemuan, sedangkan tim Humas yang lain bertugas menginformasikan kepada masyarakat akan kehadiran tamu besar tersebut, melalui media – media yang ada.
- 3) Pelaksanaan, yaitu melaksanakan program atau kegiatan yang telah direncanakan. Sebagai contohnya, ketika akan menghadapi masa ujian akhir semester yang tentunya diikuti dengan waktu perpulangan dan pengumuman kenaikan kelas setelahnya. Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah sudah mulai menyusun rencana dalam memberikan informasi – informasi kepada masyarakat mengenai jadal – jadal ujian, jadwal perpulangan dan mengenai waktu dan mekanisme pengumuman kenaikan kelas. Setelah disetujui oleh Direktur dan pimpinan pesantren, barulah tim Humas pesantren membagi tugas antara tim dan setelahnya baru akan melaksanakan perencanaan yang telah disusun. Di pesantren Ar-Raudlatul Hasanah mekanisme pengumuman kenaikan kelas biasanya akan diumumkan melalui koran. Disana akan tercantum nama – nama santri dan santriwati yang dinyatakan naik kelas. Dan bagi santri maupun santriwati yang dinyatakan tidak naik kelas, maka nama mereka tidak akan dicantumkan dalam koran pengumuman tersebut.
- 4) Dan evaluasi dalam setiap target pencapaian yang diinginkan. Evaluasi adalah proses yang dilakukan untuk menilai bagaimana sebuah program Humas yang sudah disusun dan telah dikelola dengan efektif. Evaluasi ini akan melihat apakah program telah dilaksanakan sesuai dengan panduan yang direncanakan atau tidak. Sedangkan evaluasi hasil menilai efek kepada apa yang didapat dari pelaksanaan program Humas, apakah sudah memenuhi tujuan atau belum (Hadi 2018:7). Untuk evaluasi dari pelaksanaan yang selama ini dilalui oleh tim Humas pesantren Ar- Raudlatul Hasanah yaitu mungkin ada beberapa faktor penyebab terhambatnya pemberitaan seperti banyaknya kegiatan pesantren yang kadang bagian ke-humasan yang beranggapan emat orang, kewalahan dalam menyeimbangi penerbitan berita yang keluar. Ditambah, selain sebagai anggota ke-humasan, para personil juga adalah guru yang mengajar sebagai tenaga pendidik. Maka Humas terus mencoba untuk mengevaluasi cara kerja jika dianggap perlu. “juga saya sebagai atasan teman-teman yang lain tetap berusaha menjaga mood para teman yalin lain dalam bekerja, agar tidak mudah bosan atau jenuh, menyadarkan pentingnya berbuat untuk pesantren dan berusaha agar tetap bekerja sama dalam menjalankan tugas. Karena Jika dikerjakan Bersama-sama akan terasa ringan” tutur ketua Humas pesantren Ar- Raudlatul Hasanah .

Humas pesantren juga merupakan pihak yang akan menyambut dan menjamu tamu – tamu penting seperti ulama besar, pimpinan – pimpinan maupun tamu dari pesantren lain, pejabat, dan yang data ke pesantren . sedangkan tamu lainnya seperti para wali murid yang hendak menemui anaknya, akan disambut dan diarahkan oleh bagian penerimaan tamu, yang merupakan santri dan santriwati. Bagi tamu – tamu besar yang datang dengan undangan, maka akan disiapkan transportasi hingga penginapan, bila akan menetap beberapa waktu. Setiap tamu yang datang akan dijamu dengan maksimal, dan selalu memberikan kenyamanan dan menampilkan citra yang positif, yang diharapkan dapat membekas bagi seluruh masyarakat yang datang ke pesantren Ar-Raudlatul Hasanah.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan, dapat disimpulkan bahwa Humas pesantren Ar- Raudlatul Hasanah memiliki peran besar dalam meningkatkan dan mempertahankan citra positif pesantren. Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah meningkatkan dan mempertahankan citra pesantren dengan terus menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan masyarakat luar pesantren, baik dengan berkomunikasi secara langsung, melalui media cetak (yaitu majalah, koran, dan kalender), maupun dengan memanfaatkan peran sosial media (yaitu Website, Facebook, Instagram, YouTube, dan Whatsapp), dengan memberikan informasi- informasi pesantren secara umum. Ditengah kondisi persaingan yang terjadi antar lembaga pendidikan, Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah tetap menjaga silaturahmi dengan pesantren lain, terutama dengan pesantren yang semodel (yaitu dengan kurikulum KMI). Karena pada hakikatnya tujuan dari semua pesantren sama, yaitu mencerdaskan umat. Dalam upaya meningkatkan citra positif pesantren Ar-Raudlatul Hasanah, tim Humas selalu melakukan perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi dari tiap kinerja yang telah terlaksana. Tim Humas pesantren Ar-Raudlatul Hasanah terdiri dari empat orang, yang juga merupakan pengajar di pesantren Ar-Raudlatul Hasanah. Peran Humas sulit untuk digantikan atau bahkan dihilangkan dari pesantren Ar- Raudlatul Hasanah. Sebelum adanya Humas di pesantren Ar-Raudlatul Hasanah, yang berperan dalam membangun citra pesantren adalah sekretariat pesantren, pimpinan pesantren, beserta jajarannya. Namun, setelah dibentuknya tim Humas, seiring dengan perkembangan pesantren, serta semakin bertambah banyaknya jumlah santri dan santriwati, maka yang memiliki peranan besar dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan citra positif pesantren adalah Humas pesantren, dan tentunya dengan dukungan dari pimpinan, badan wakaf, warga pesantren, hingga alumni pesantren Ar-Raudlatul Hasanah.

## 5. Daftar Pustaka

- [1] Ardhojo, T. E. (2013). Peran dan strategi humas (public relations) dalam mempromosikan produk perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 1(1), 15-21.
- [2] Kholisoh, N., & Yenita, Y. (2015). Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195-209. DOI: 10.31315/jik.v13i3.1459.
- [3] Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(3).
- [4] Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *At-Ta'lim: Jurnal Pendidikan*, 4(2), 67-84. DOI: 10.36835/attalim.v4i2.55.
- [5] Aulia, M., Fitriyadi, D., PR, A. M., & Suharyat, Y. (2022). HUBUNGAN PUBLIC RELATIONS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat (JURRAFI)*, 1(2), 64-73. DOI: 10.55606/jurrafi.v1i2.480.
- [6] Misbah, A., & Rozi, B. (2022). Sejarah Pesantren dan Tradisi Keilmuannya di Jawa. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 83-96. DOI: 10.38073/aljadwa.v1i2.796.
- [7] Finawati, F. (2021). Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi'in Pamekasan. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2). DOI: 10.18860/rosikhun.v1i2.14023.



- [8] Fata Asyrofi Yahya, S. (2015). *IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PENGELOLAAN PENDIDIKAN DI PONDOK PESANTREN DARUL HUDA MAYAK PONOROGO* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- [9] Setyawan, A. *MANAJEMEN HUMAS PONDOK PESANTREN*. (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- [10] Pujaastawa, I. B. G. (2016). Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi. *Universitas Udayana*, 4.
- [11] Hansen, S. (2020). Investigasi teknik wawancara dalam penelitian kualitatif manajemen konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283. DOI: 10.5614/jts.2020.27.3.10.
- [12] Karuru, P. (2013). Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 2(1), 1-9. DOI: 10.47178/jkip.v2i1.149.
- [13] Muktiyo, W. (2009). Praktik Public Relations (PR) di Indonesia (Masa Lalu, Masa Kini, dan Masa Datang). *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 199-206.
- [14] Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia.