

**STRATEGI PELAKSANAAN FUNGSI *PUBLIC RELATION*
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI PESANTREN
NURANIYAH DESA NOGOSAREN KECAMATAN GADING
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Musyarratul Mahbubah
NIM: D20171057
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JULI 2022**

**STRATEGI PELAKSANAAN FUNGSI *PUBLIC RELATION*
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI PESANTREN
NURANIYAH DESA NOGOSAREN KECAMATAN GADING
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

Musyarratul Mahbubah

NIM: D20171057

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Pembimbing :



Drs. H. Rosyadi Badar, M Pd.I

NIP. 196012061993031001

**“STRATEGI PELAKSANAAN FUNGSI *PUBLIC RELATION*
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI PESANTREN
NURANIYAH DESA NOGOSAREN KECAMATAN GADING
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Jurusan Management dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Hari : Kamis
Tanggal : 7 Juli 2022**

Tim Penguji

Ketua penguji



H. Zainul Fanani, M. Ag
NIP. 197107272005011001

Sekretaris



Arik Fajar Cahyono Mpd
NIP. 198802172020121004

Anggota:

1. Dr. Minan Jauhari, M. Si

2. Dr. Drs. H. Rosyadi Badar BR. M. Pd. I

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah

Prof. Dr. Abdul Asror, M. Ag
NIP. 19740606200031003

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ¹

“Dan Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra’d 13: Ayat 11)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republic Indonesia, Al-Quran dan terjemahnya (Bandung:JART,2004)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SW. Yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya dalam perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian tugas akhir ini. Sholawat serta salam tetap saya haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, Dengan sangat berterimakasih, karya ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta Bpk. Abdullah dan Ibu Hul Hasana yang selalu memberikan dukungan moral hingga materi dan doa yang tiada henti untuk kesuksesan dan kebahagiaan saya, terimakasih atas ketulusan dan kesabarannya serta perjuangannya dalam mendidik, menyayangi, mencintai dan memperjuangkan saya hingga berada di titik saat ini.
2. Kepada saudara kandung saya Endang Nur Zakiyah yang selalu memotivasi saya untuk menjadi pribadi yang baik dan tidak gampang menyerah serta berani. dan untuk adik saya tercinta rifki ulin nuha.
3. Teman saya Rizka Anisatul Maghfiroh yang selalu menemani dan membantu saya. teman-teman kerja saya Febbri. Mas Dandi, Wasil dan mas Sigit yang menghibur dan mensupport saya.
4. Dan terimakasih kepada orang-orang yang mendukung dan memberikan semangat selama penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sehingga perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi dengan judul **“Strategi Pelaksanaan Fungsi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo”** yang merupakan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S-1), dapat terselesaikan dengan baik dan lancar walaupun penulis sadari masih jauh dari kesempurnaan. Sholawat serta salam tetap penulis haturkan keharibaan baginda Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga dan para sahabatnya, serta orang-orang yang senantiasa mengikuti sunnah-sunnahnya.

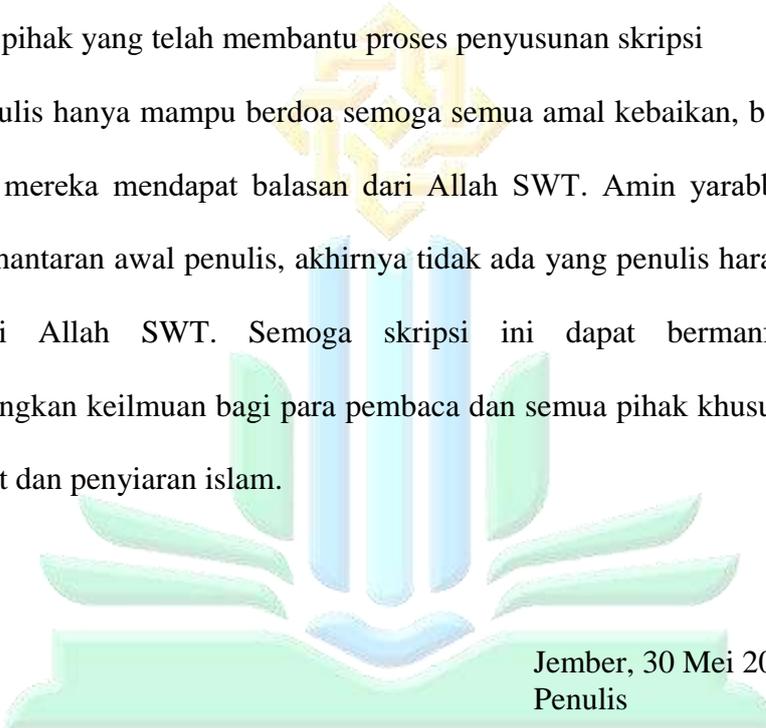
Kesuksesan dan kelancaran ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM selaku rektor UIN KHAS Jember yang telah menyediakan fasilitas untuk proses perkuliahan
2. Bapak Prof Dr Ahidul Asror, M Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah yang telah bersedia menyediakan sarana perkuliahan berupa kantor jurusan dan lain sebagainya
3. Bapak Mochammad Dawud, M,Sos selaku ketua pogram studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Bapak Drs. H. Rosyadi Badar, M Pd.I selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu ikhlas dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam

menyelesaikan skripsi ini, dan juga segenap civitas akademik UIN KHAS Jember.

5. Bapak/ibu dosen khususnya Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu serta pengarahan dan pengalaman yang berharga kepada peneliti selama di bangku kuliah.
6. Semua pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi

Penulis hanya mampu berdoa semoga semua amal kebaikan, bantuan serta partisipasi mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Amin yarabba' alamin. Demikian hantaran awal penulis, akhirnya tidak ada yang penulis harapkan selain ridho dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam mengembangkan keilmuan bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam menagment dan penyiaran islam.



Jember, 30 Mei 2022
Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Musyarrifatul mahbubah, 2022: *Strategi Pelaksanaan Fungsi Public Relation Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.*

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai strategi *Public Relation* pesantren, yang mana *Public Relation* pesantren adalah suatu bagian yang di dalamnya melaksanakan kegiatan hubungan komunikasi, baik komunikasi secara internal maupun eksternal. Dimana hal tersebut ditujukan untuk terjalinnya hubungan yang harmonis dan menimbulkan opini public yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup yayasan pesantren nuraniyah. Dalam hal ini *Public Relation* pesantren Nuraniyah melalui kegiatan-kegiatan atau agenda-agenda seperti pengajian rutin, safari Maulid, perayaan Muharram (Pawai), Haflatul Imtihan, Pramuka, Drumband dan lain-lain. Kegiatan ini menjadi ujung tombak *Public Relation* pesantren untuk mensosialisasikan dan mempublicasikan pesantren.

Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti memiliki inisiatif untuk melakukan penelitian mengenai strategi *Public Relation* pesantren dalam mengembangkan citra positif yayasan Nuraniyah. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) bagaimana strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra ?. 2) Apa hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren Di Desa Nogosaren dalam membangun citra ?.

Tujuan penelitian ini ialah: 1) Mendeskripsikan strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra. 2) Mendeskripsikan hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan sebagai upaya untuk memperoleh data yang valid maka ditentukan secara *purposive*. Sedangkan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi. Oleh karena itu untuk keabsahan data disini menggunakan triangulasi sumber yang kemudian dengan cara mereduksi data, penyajian data dan analisis, serta penarikan kesimpulan.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) strategi *Public Relation* pesantren dalam mengembangkan citra positif yayasan nuraniyah berjalan dengan proses beberapa tahapan strategi dan upaya, seperti halnya melakukan strategi publicasi, acara, citra perusahaan, berita dan hubungan dengan khalayak. Hingga menciptakan agenda atau acara-acara yang di rasa perlu untuk menarik minat masyarakat sekitar dan lebih luas lagi. 2) hambatan yang dihadapi pesantren dalam mengembangkan citra yaitu Minimnya tenaga ahli yang terdapat pada lembaga atau yayasan pesantren nuraniyah, keterbatasan anggaran pesantren nuraniyah untuk melakukan sosialisasi dan publicasi dan keterbatasan akses informasi berbasis teknologi oleh sebagian masyarakat nogosaren.

Kata Kunci : *Public Relation*, Pesantren, Citra, Kualitatif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	15
1. Strategi <i>Public Relation</i>	15
2. Pencitraan.....	27
BAB II METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33

B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subyek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data.....	39
F. Keabsahan Data.....	40
G. Tahapan-tahapan penelitian.....	41
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	44
A. Gambaran Objek Penelitian.....	44
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	54
1. Strategi <i>Public Relation</i> pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra.....	55
2. Hambatan yang dihadapi <i>Public Relation</i> pesantren Di Desa Nogosaren dalam membangun citra.....	64
C. Pembahasan Temuan.....	66
1. Strategi <i>Public Relation</i> pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra.....	66
2. Hambatan yang dihadapi <i>Public Relation</i> pesantren Di Desa Nogosaren dalam membangun citra.....	69
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai sebuah strategi yang dilakukan oleh pihak pesantren di Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo, yang mana pesantren ini masih tergolong pesantren yang baru dan memerlukan strategi agar lebih dapat di lihat oleh public. Banyak kita ketahui Pesantren merupakan sebuah sarana pendidikan formal yang ada di Indonesia dan tidak jauh berbeda dengan Sekolah-sekolah pada umumnya.

Pesantren merupakan salah satu bentuk lembaga pendidikan yang akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman serta merupakan pendidikan khas Indonesia yang tumbuh dan berkembang di Tengah-tengah masyarakat. Sebagai lembaga pendidikan dan keagamaan islam yang mengakar pada masyarakat dan memiliki posisi strategis dalam upaya mengembangkan umat serta mempersiapkan sumber daya manusia yang tangguh dan mandiri.² Serta sudah banyak tersebar dan telah berdiri, mulai dari pesantren salafi, modern hingga tahfidz hingga pesantren berstandart internasional juga ada. Pesantren banyak tersebar di daerah kota hingga pelosok desa, setiap pesantren berlomba-lomba memberikan yang terbaik agar mendapatkan sebuah kepercayaan. Pemerataan pendidikan yang banyak kita jumpai pada saat sekarang ini adalah dengan pembentukan suatu lembaga

² Ahmad Munawir, *peranan Public Relation dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren* (Banten: universitas Islam Negri Maulana hasanuddin, 2019), 17.

pendidikan baik formal maupun non formal seperti pondok pesantren. Kehadiran suatu pondok pesantren di daerah juga dapat mempengaruhi tingkat pendidikan dan bahkan perekonomian masyarakat sekitar. Maka dapat dikatakan penting adanya pondok pesantren disuatu daerah.³

Salah satu pesantren yang ada di pelosok desa yakni pesantren Nuraniyah yang terletak di Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo. Selain pesantren Nuraniyah ada juga pesantren daerah yakni pesantren Miftahul Jannah yang terletak di Kecamatan yang sama. Pesantren Nuraniyah yang masih di bilang baru dibandingkan dengan Pesantren-pesantren daerah lainnya dan apabila di lihat dari keduanya pasti akan muncul persaingan dalam mencari santri akan tetapi yang membuat berbeda ialah pesantren Nuraniyah merupakan satu-satunya yang ada di Desa Nogosaren yang akses hingga fasilitas yang bisa bersaing yang cukup dekat dan lumayan lengkap. Pesantren ini didirikan dengan niat ibadah dan sosial demi kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat Desa Nogosaren dan sekitarnya.

Pada awal pendirian pesantren ini ingin memenuhi amanah dari kiyai yang namanya cukup terkenal di kala ngan desa setempat hingga beberapa daerah lainnya, memberikan tempat bagi siswa-siswi yang memiliki akses yang jauh hingga kendala kendaraan untuk menuju sekolah. Pesantren ini memiliki asrama putra dan asrama putri serta mampu memberikan pelayanan sarana dan prasarana yang memadai seperti, lemari gratis, masjid, kantin hingga beberapa kegiatan agama dan sekolah seperti kajian kitab, rabbana,

³ Ardianto, Elvinaro. *Metodelogi penelitian untuk Public Relation. Kuantitatif dan kualitatif* (Bandung: Simbiosi Rekatama Media 2004) 4

pengajian rutin drumband hingga kegiatan pramuka dan beberapa kegiatan-kegiatan lainnya. Dengan ingin menjadi pesantren yang membawa amanah memberi manfaat kepada masyarakat sekitar sesuai Ahlussunnah-waljamaah hingga sebagai wujud kepedulian kepada masyarakat sekitar. Dengan memberikan pengajaran nilai-nilai agama dan sosial yang baik yang sesuai dengan Ahlussunnah dan juga nilai-nilai dalam keislaman.

Tak jarang dengan kehadiran lembaga pendidikan disuatu daerah dapat mengundang konflik pada masyarakat, baik itu konflik antar sesama masyarakat maupun konflik masyarakat dengan lembaga pendidikan itu sendiri. Konflik ini terjadi biasanya karena adanya kesalahan dalam proses komunikasi baik antar sesama masyarakat maupun antara masyarakat dengan lembaga. Berdasarkan fenomena tersebut pengasuh pondok pesantren membaca adanya sebuah peluang sekaligus tantangan yang harus dihadapi. Maka di rasa kurang jika pesantren Nuraniyah hanya menggunakan strategi-strategi atau metode lama untuk mengelola program-program yang mereka jalankan.

Terkait adanya hal seperti ini, tentunya pihak pondok pesantren akan berupaya bagaimana meminimalisir konflik-konflik yang terjadi. Karena dengan adanya konflik ini akan berpengaruh besar pada hubungan baik antara pondok pesantren dengan masyarakat yang pada akhirnya akan tertuang dalam persepsi masyarakat dalam penciptaan pondok pesantren. Posisi *Public Relation* sebuah pesantren dalam meningkatkan hubungan baik dengan public sangatlah penting.

Strategi *Public Relation* memiliki peranan yang sangat penting dalam setiap lembaga karena merupakan salah satu strategi dalam membentuk citra yang ada pada lembaga baik citra positif maupun citra negatif. Sebagai pesantren yang masih baru tentulah pesantren Nuraniyah berusaha untuk dapat diketahui di kenal serta mendapatkan kepercayaan di mata masyarakat dan juga citra yang positif. Diharapkan perlunya pemberdayaan masyarakat dan masukan dari masyarakat dapat digunakan dalam mengoptimalkan strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan sebuah citra bagi lembaga.⁴

Memiliki strategi yang tepat dan bermfaat merupakan sarana mencapai citra yang diinginkan.⁵ Sekarang ini tugas *Public Relation* sudah semakin kompleks, tidak hanya berperan membentuk citra lembaga namun juga sebagai komunikator yang baik bagi masyarakat sehingga dengan adanya *Public Relations* dalam sebuah lembaga diharapkan akan mampu memperlancar jalannya interaksi serta pemberian informasi dari lembaga kepada masyarakat.⁶

Scott cutlip mengemukakan bahwa *Public Relations* sebagai fungsi dari sebuah manajemen yang membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara lembaga tersebut dengan masyarakat. Berhasil atau tidaknya sebuah *Public Relation* bergantung bagaimana kiat dalam membentuk dan memelihara relasi dalam suatu organisasi pendidikan maupun

⁴ Nur Kholis, *strategi hubungan amsyarakat dalam meningkatkan citra positif pesantren darul huda mayak tonatan ponorogo* (Tesis, Ponorogo: Institue Agama Islam Negri,2018),07.

⁵ Muhammad Fadil Abdul Qadir, *Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah dalam meningkatkan minat siswa memilih jurusn otomatisasi tata kelola perkantoran di SMK PGRI 01* (Semarang: Universitas Negri Semarang, 2020), 01.

⁶ Lestari Wahyuningsih, *tugas dan fungsi Public Relation dalam organisasi* (Yogyakarta: Universitas Negri Yogyakarta,2013),01.

pendidikan islam. Karena pada hakikatnya tanpa adanya *Public Relation* sudah dapat berjalan namun dengan teratih-tatih dan tidak dapat berkembang dengan baik. Maka dengan demikian *Public Relation* merupakan komponen yang penting yang harus ada dalam sebuah lembaga. *Public Relation* memiliki fungsi mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan citra dan reputasi Dr. Harlow setelah mengkaji kurang lebih dari 472 lebih definisi *Public Relation* menjelaskan definisi PR yang ditulis dalam bukunya yang berjudul : *a model for Public Relation education for profesional practices* yang di terbitkan oleh *internasional Public Relation assosiasi* (IPRA) tahun 1978 menyatakan bahwa definisi dari PR adalah fungsi management yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publicnya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerjasama melibatkan management untuk dapat mampu menanggapi opini public mengikuti management dalam memanfaatkan perubahan secara efektif.⁷

Citra dan opini adalah sebuah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Pembahasan yang dimaksud public disini ialah masyarakat sekitar. Sehubungan dengan membangun konsep citra positif yang di paparkan di atas. Implementasi pembangunan citra di sebuah pondok pesantren tidak akan terlepas dari opini public yang di bangun juga sikap output yang terbentuk dari pondok tersebut. Apabila kepercayaan tinggi dan pendekatannya aktif maka akan menghasilkan sebuah respon yang baik dan begitu juga sebaliknya.⁸

⁷ Azman, *strategi Public Relation mebangun citra positif dalam film hancock*, no.34 (Juni,2016),100.

⁸ Mujamil Qomar, *Management pendidikan islam* (Malang:erlangga 2007),190

Maka dari itu berdasarkan konteks penelitian di atas apakah dengan strategi yang dilakukan bisa membangun citra yang positif. Apabila pada penelitian sebelumnya mengenai citra supaya citra tersebut semakin baik, maka pada penelitian ini membangun citra yang belum terbentuk supaya public mengenal citra pesantren tersebut. Oleh karena itu peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih lanjut dan dilakukannya penelitian dengan judul “STRATEGI PELAKSANAAN FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI PESANTREN NURANIYAH DESA NOGOSAREN KECAMATAN GADING KABUPATEN PROBOLINGGO.”

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tepat, spesifik yang di akan di disajikan dalam bentuk kalimat tanya.⁹ Berdasarkan uraian yang disampaikan diatas ada beberapa permasalahan yang akan di rumuskan, dalam konteks penelitian maka peneliti menuliskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra?
2. Apa hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra?

⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, *pedoman penulisan karya ilmiah* (jember, STAIN Press, 2017,83.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan di tuju dalam melakukan penelitian.¹⁰ Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah:

1. Mendeskripsikan strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra.
2. Mendeskripsikan hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian berisi tentang sebuah kontribusi apa yang akan di berikan setelah melakukan penelitian, Penelitian ini diharapkan mampu memperoleh hasil penelitian, maka penulis simpulkan bahwa manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritik

Secara teoritik penelitian yang dilakukan penulis ini berguna dalam rana teoritis sebagai kontribusi bagi perkembangan wawasan keilmuan dan perkembangan *Public Relation* terutama pada sebuah kajian strategi *Public Relation* sebuah pesantren dalam membangun citra yang positif di hadapan public.

¹⁰ Ibid. 98.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu untuk menambahkan keilmuan penulis mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan pelaku *Public Relation* dalam mengembangkan citra positif lembaga atau instansi yang dikelola.
- 2) Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember.
- 3) Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan agar menjadi instansi yang lebih baik lagi bagi lembaga Nuraniyah.

b. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan menambahkan wawasan pengetahuan tentang ilmu komunikasi bagi mahasiswa maupun pelaku komunikasi di kampus UIN KHAS Jember khususnya di mata kuliah *Public Relation*.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan luas kepada masyarakat agar mengetahui lebih dalam lagi mengenai strategi *Public Relation* pesantren khususnya di Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.

E. DEFINISI ISTILAH

Untuk menghindari adanya kesalah pahaman atau terjadinya perbedaan penafsiran dengan maksud utama peneliti dalam penggunaan kata yang di lakukan di dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan arti kata-kata yang terangkum didalam setiap variabel di bawah ini:

1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* (*statos*= militer, dan *ag*= memimpin) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai sebuah tujuan tertentu.¹¹ Strategi merupakan simpulan taktik dalam sebuah keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh dan didapatkan. Oleh karena itu strategi biasanya terdiri atas dua atau satu taktik dengan sebuah anggapan yang satu lebih baik dari pada yang lain. Dengan demikian strategi merupakan sebuah kumpulan taktik dengan bermaksud untuk mencapai tujuan dan sasaran dari sebuah perusahaan atau lembaga.¹²

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melakukan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.¹³

¹¹¹¹ Efendi M. Guntur Itransformasi manajemen pemasaran+membangun citra negara, (Jakarta: sagubg Seto, 2010), 33.

¹² Prisgunato Ilham, *Komunikasi Pemasaran strategi dan taktik* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006), 86.

¹³ Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya 2009)

Ahmad S. Adnan putra pakar humas dalam sebuah naskah workshop berjudul *PR strategi* mengatakan bahwa arti strategi ialah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan merupakan salah satu fungsi dasar dari proses sebuah management.¹⁴

2. *Public Relation*

Public Relation adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka untuk mendapatkan dan memperoleh niat baik dan saling pengertian antar anggota sebuah organisasi dengan segenap khalayaknya.¹⁵

Jika ditinjau dari etimologi *Public Relation* terdiri dari dua kata yakni *public* dan *relation*. Dalam bahasa Indonesia kata pertama *public* berarti masyarakat dan kata kedua *relation* ialah hubungan-hubungan maka dapat disimpulkan bahwasanya *Public Relation* ialah Hubungan-hubungan masyarakat. Dalam artian *public* yang dituju ialah menjadi sebuah sasaran.¹⁶

3. Citra

Citra menurut Frank Jeknis citra ialah merupakan sebuah kesan, gambaran atau impresi yang tepat sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Mengenai sebuah kebijakan personel, produk atau sebuah jasa-

¹⁴ Ruslan Rosadi, *management HUMAS dan management komunikasi konsepsi dan aplikasi* (Jakarta: PT. raja grafindo persada 2006),133.

¹⁵ Vivi Susanti, *Strategi media relation dalam melaksanakan publisitas* (Ponorogo: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi 2018),41.

¹⁶ Achmad Kurniawan, *strategi Public Relation PT.Pertamina marketing operation region II Palembang dalam memasarkan bahan bakar minyak melalui program berkah energi Pertamina* (Palembang, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2019), 25.

jasa suatu lembaga atau perusahaan. Dan secara umum citra ialah merupakan sebuah hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap sebuah rangsangan yang telah di ubah, diorganisasikan di simpan dalam benak seseorang dengan memiliki sebuah tujuan secara pasti apa yang ada dalam setiap pemikiran individu mengenai sebuah objek, bagaimana mereka memahami dan apa yang mereka sukai dari objek tersebut.¹⁷

Sesuai dengan definisi-definisi diatas, yang dimaksud oleh peneliti tentang **Strategi Pelaksanaan Fungsi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo** adalah langkah atau kiat yang digunakan pengasuh dalam melaksanakan strategi *Public Relation* agar mendapatkan kesan atau citra dihadapan khalayaknya, khususnya masyarakat Nogosaren dengan menggunakan strategi-strategi.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang diawali dari bab pendahuluan, hingga bab penutup, guna mempermudah bagi pembaca dalam memahami. adapun Sistematika pembahasan skripsi meliputi:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini terdapat sub-sub bab Yang terdiri dari Konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan sebagai penjelas dan

¹⁷ Ismaulidina, *stratgi [ublik relation dalam membangun kepercayaan jemaah haji dan umrah di PT. Siar tour Medan* (Medan, Universitas Medan Area, 2019),26.

batasan penelitian agar penelitian lebih fokus dan terarah sehingga tidak menimbulkan bias

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, pada bab ini terdapat sub-sub bab yakni, Terdiri dari penelitian terdahulu, yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan, dan kajian teori pada bab berikutnya guna sebagai analisa data yang diperoleh dari pannelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini peneliti membahas semua langkah-langkah penelitian yang dilakukan yang terdiri dari, pendekatan dan jenis penelitian, pemilihan lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, Dalam bab ini akan membahas tentang penyajian data dan analisa data secara empiris, serta juga akan dipaparkan tentang gambaran objek penelitian yang diikuti oleh sub-sub bahasan, penyajian dan analisis data berupa uraian data dan temuan yang diperoleh, serta pembahasan temuan serta penafsiran dan penjelasan dari temuan yang diungkap dari lapangan. Fungsi bab ini diantaranya sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang di peroleh guna menemukan kesimpulan.

BAB V PENUTUP atau KESIMPULAN dan SARAN, Pada bab ini berupa penutup dan kesimpulan dari hasil yang telah diteliti yang terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Kesimpulan merangkum semua pembahasan yang telah di uraikan pada bab sebelumnya. dan juga

berupa saran yang dituangkan agar bisa mengacu atau sumber dari temuan penelitian, pembahasan, dan kesimpulan akhir dari penelitian.¹⁸



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁸ Tim penyusun IAIN Jember, *pedoma*, 66.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. PENELITIAN TERDAHULU

Salah satu bagian terpenting untuk dikerjakan oleh seorang peneliti adalah sebuah penelusuran pustaka bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai penelitian-penelitian yang dikerjakan oleh penelitian terdahulu, sehingga akan ditemukan mengenai posisi penelitian terdahulu. Sejauh dari penelitian dan penelusuran sebelumnya telah ditentukan tema pembahasan berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ismauldina (2019) dengan judul “ strategi komunikasi *Public Relation* dalam membangun citra dan kepercayaan calon jemaah haji dan umrah di PT.Siar Tour Medan” penelitian ini di lakukan untuk dapat mengetahui strategi komunikasi dalam membangun citra serta kepercayaan calon jemaah haji dan umrah dengan kesimpulan bahwa dengan menggunakan sistem strategi publicasi dan event dan dalam hal tanggung jawab serta berkomitmen memberikan pelayanan yang terbaik bagi calon jemaah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh ahmad munawir (2019) “peran *Public Relation* dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren” Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui upaya yang di lakukan oleh humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Dengan kesimpulan bahwa dengan melakukan sosialisasi terhadap

masyarakat dan wali santri dan menyamaikan kegiatan yang ada di pesantren serta dengan meningkatkan mutu pendidikan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Siti Khoiriyah (2020) “strategi humas RSI At-tin Husada Ngawi dalam membangun citra positif” penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya yang dilakukan humas dalam membangun citra positif dengan simpulan bahwa dengan menggunakan strategi *community relation*, *media relation* dan *human relation* yang membawa manfaat disetiap kegiatannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini jelas berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada strategi *Public Relation* dalam meningkatkan citra yang positif melalui sebuah kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat atau public sekitar dan juga meningkatkan kualitas dan memberikan sesuatu yang baru bagi publicnya pada lembaga pesantren Nuraniyah di Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.

B. Kajian Teori

1. Strategi *Public Relation*

Pada hakekatnya *Public Relation* merupakan sebuah bidang profesional yang untuk menjaga sebuah citra dari seorang atau sebuah instansi atau lembaga. *Public Relation* merupakan sebuah hubungan antara sebuah lembaga dengan instansi lainnya dengan tujuan utama dari praktisi dari *Public Relation* ini adalah untuk menjaga hubungan jangka panjang antara individu dengan instansinya.

a. Pengertian strategi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia “strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus”. Strategi menjadi sebuah bagian terpadu dari sebuah rencana dan rencana merupakan sebuah produk dari suatu perencanaan. Suatu perencanaan yang cermat dan matang merupakan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau program kegiatan. Suatu kegiatan tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya sebuah strategi dan perencanaan didalamnya. Strategi apa dan bagaimana yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang digunakan.¹⁹

Strategi pada umumnya ialah merupakan perencanaan (planning) dan management untuk memperoleh sebuah tujuan. Strategi *Public Relation* merupakan pendekatan yang menyeluruh bagi sebuah program dan penjelasan rasional dibelakang program taktis dan akan didikte dan ditentukan oleh persoalan yang muncul dari analisis dan penelitian.²⁰ Strategi *Public Relation* atau juga sering disebut dengan rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan. Suatu rencana strategi yang menetapkan garis-garis besar sebuah tindakan yang akan di tentukan dalm kurun waktu tertentu untuk proses kedepannya. Strategi *Public Relation* awalnya dirancang untuk kurun

¹⁹ Fathi Mulki Rabbani “strategi *Public Relation* dalam mempertahankan citra positif positif di masyarakat” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016) 35.

²⁰ Keith butterick *pengantar PUBLIC RELATION teori dan praktek* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada 2012) 153.

waktu yang panjang mengikuti perubahan zaman yang sulit ditebak kedepannya.²¹

Kasali menyebutkan rencana jangka panjang inilah menjadi bahan acuan para PR untuk menyusun rencana dan membuat langkah komunikasi sehari-hari, untuk dapat melakukan tindakan secara strategis maka dari kegiatan inilah haruslah menyatu dengan visi dan misi yang ada didalam perusahaan atau organisasi. Setiap organisasi atau lembaga satu dengan yang lainnya pastilah memiliki perbedaan dalam pemikirannya maupun suatu strategi yang ditetapkan. Pembuatan strategi pada umumnya menggunakan tiga tingkatan, yaitu korporasi, unit bisnis dan tingkat operasional. Dalam strategi haruslah konsisten agar menciptakan keseimbangan yang baik. Oleh karena itu peran humas adalah untuk memastikan bahwa konsistensi diterapkan secara baik dan menyeluruh.²²

Dalam hal ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa strategi merupakan salah faktor penting dalam suatu program atau rancangan yang akan di jalankan oleh pihak humas. Agar fokus dalam menjalankan suatu misi secara terstruktur. Strategi juga merupakan suatu prinsip yang menjadi penggerak dalam menjalankan strategi pada tahap ini untuk mencapai tahapan selanjutnya. Apabila strategi bergerak sesuai dengan yang diinginkan sesuai dengan tujuan dan

²¹ Elvinaro, *Public Relation suatu pendekatan praktis "kiat menjadi komunikator dalam berhubungan dengan public dan masyarakat"* (Jakarta: Pustaka Bani Quraisy) 183

²² Rosyadi Ruslan, "management *Public Relation & media komunikasi*" (jakarta, Rajagrafindo persada, 2018) 8.

berjalan dengan baik maka segala sesuatunya akan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan.

b. Tahapan strategi

Ada tiga tahapan dalam mencapai suatu strategi yakni perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang mana akan di jelaskan sebagai berikut:

1) Perumusan strategi

Dalam perumusan suatu strategi konseptor haruslah mempertimbangkan mengenai suatu peluang dan ancaman dari eksternal, menetapkan suatu kekuatan dan juga kelemahan dalam internal, menetapkan objektifitas, menghasilkan sebuah strategi alternative dan memilih strategi yang akan di laksanakan. Menemukan masalah-masalah yang terjadi dari sebuah peristiwa kemudian di analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihannya dan langkah yang dapat diambil dalam rangka untuk menuju kesuatu tujuan tersebut.

2) Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strateginya yang akan digunakan, dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat memputuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit tingkat serta anggota organisasi didalamnya. Karena tanpa adanya komitmen dan kerja sama maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian dan tidak dapat terlaksana

dengan baik dan hanya akan menjadi angan-angan yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditampilkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang di jalankan bersama dari budaya yang ada didalam lembaga atau organisasi.

3) Evaluasi Strategi

Pada tahap ini yakni evaluasi startegi atau tahap akhir dari startegi. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan di laksanakan kembali. Untuk memastikan sasaran yang dicapai dan dijadikan bahan untuk menetapkan tujuan berikutnya. Adapun evaluasi strategi sebagai berikut:

a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi pondasi atau dasar strategi. Adanya sebuah perubahan yang ada akan menjadi suatu hambatan dalam mencapai sebuah tujuan.

Begitu pula faktor internal yang apabila hasilnya buruk atau tidak efektif maka akan berdampak atau berakibat buruk pula bagi hasil yang di capai.

b) Mengukur prestasi. Dengan proses penyelidikan penyimpangan dari rencana mengevaluasi prestasi individual dan menyimak kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria dalam mengevaluasi harus dapat diukur

dan mudah untuk dibuktikan, kriteria yang dapat mengungkapkan apa yang terjadi.

- c) Mengambil tindakan kirektif memastikan bahwa prestasi sesuai rencana. Bukan berarti strategi yang ada ditingkatkan atau merumuskan startegi baru. Startegi ini diperuntukkan bila tindkan atau hasil sesuai dengan yang dibayangkan dan pencapaian yang harapan.

c. Pengertian *Public Relation*

Public Relation atau sering di singkat PR atau yang biasa kenal dalam bahasa indonesia hubungan masyarakat humas. Ada beberapa definisi PR menurut para ahli. *Public Relation* jika diterjemahkan dari asal katanya ialah “Hubungan-hubungan” antar public atau bisa juga di sebut “hubungan-hubungan public”. Dengan adanya kata antar menunjukkan bahwa banyak public yang harus melakukan hubungan tersebut, dan karna publicnya banyak, maka ini menandakan banyak hubungan.²³

Dr. Rex Harlow dalam bukunya yang diterbitkan oleh *international public reation association (IPRA)*²⁴ mengatakan bahwa definisi dari *Public Relation* adalah fungsi management yang khas dan mendukung sebuah pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara sebuah organisasi dengan publicnya yang menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian,

²³ Neny Yulianita “dasar-dasar *Public Relation*”(bandung, pusat penerbit universitas P2u, 2012)21-23

²⁴ Rosyadi Ruslan, “management *Public Relation* & media komunikasi” (jakarta, Rajagrafindo persada,2018) 16.

penerimaan dan sebuah kerja sama. Melibatkan management dalam menghadapi sebuah persoalan maupun permasalahan, membantu dalam menanggapi opini public, mendukung management dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan yang efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan pengguna penelitian serta teknik komunikasi sehat dan etis yang merupakan sebuah sarana yang utama bagi sebuah lembaga.

Cutlip, centre brown menyebutkan *Public Relation* adalah fungsi management yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara lembaga atau organisasi dengan masyarakat.²⁵

Sedangkan menurut *the british institute of Public Relation* mengartikan sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dengan rangka menciptakan dan untuk memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dan publicnya.²⁶

Pada sebuah pertemuan asosiasi-asosiasi *Public Relation* yang di adakan di seluruh dunia di mexico city, pada agustus 1978 ditetapkan definin *Public Relation* adalah suatu seni sekaligus sebuah disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan dan konsekuensi disetiap kegiatan. Memberikan masukan dan saran kepada para pemimpin organisasi, serta

²⁵ Nur Kholis, "*strategi hubungan amsyarakat dalam meningkatkan citra positif pesantren darul huda mayak tonatan ponorogo*" (thesis, ponorogo, institut agama islam negri ponorogo, 2018) 23.

²⁶ Frank, jefkins dan yadin, daniel. "*Public Relation* edisi kelima" (jakarta, Erlangga,2003) 09.

mengimplementasikan sebuah program-program atau sebuah tindakan yang terencana untuk melayani sebuah kebutuhan dalam organisasi atau untuk kepentingan khalayaknya.

Adapun definisi umum atau lebih kepada spesifiknya tentang *Public Relation* yaitu merupakan sebuah *arts* dan gabungan dari disiplin ilmu management komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk perusahaan atau lembaga menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh khalayaknya.²⁷

d. Ruang lingkup public relation

Ruang lingkup PR dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain sebagai berikut:

1) Membina hubungan ke dalam (public internal)

Yang dimaksud dengan public internal ialah public yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan atau organisasi itu sendiri.

Seorang *Public Relation* harus mampu untuk mengidentifikasi

maupun mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat sebelum kebijakan itu dapat dijalankan oleh organisasi.

2) Membina hubungan keluar (public eksternal)

Yang dimaksud dengan public eksternal ialah public umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Tugas

²⁷ Rosyadi ruslan, "management *Public Relation* & media komunikasi" (jakarta, Rajagrafindo persada,2018) 06.

eksternal penting *Public Relation* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang memiliki sifat informatif dan persuasif yang ditujukan kepada public diluar badan unit itu sendiri. Informasi yang diberikan haruslah jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti. Sebab public memiliki hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya

e. Fungsi dan tujuan *Public Relation*

Menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendi M,A dalam bukunya yang berjudul hubungan masyarakat suatu studi komunikologis yakni:

- 1) Menunjang kegiatan management dalam mencapai tujuan atau keinginan organisasi.
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan khalayak internal maupun eksternal.
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi yang bersumber dari lembaga atau organisasi kepada publicnya serta menyalurkan opini public kepada lembaga atau organisasi.
- 4) Menasihati pimpinan organisasi serta melayani public demi kepentingan umum.
- 5) Operasionalisasi dan organisasi PR adalah sebagaimana membina hubungan yang harmonis antara sebuah organisasi dengan

publicnya untuk mencegah adanya rintangan psikologis yang akan muncul baik dari organisasi atau pihak khalayaknya.²⁸

Strategi *Public Relation* menurut Firsan Nova atau lebih dikenal dengan bauran *Public Relation* ialah sebagai berikut:

1) Publicasi (publication)

Ialah cara humas dalam menyebarkan informasi, gagasan atau sebuah ide kepada khalayak mereka.

2) Acara (event)

Merupakan setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas dalam proses menyebarkan informasi kepada publicnya

3) Citra perusahaan (corporate identity)

Merupakan carra pandand khalayak kepada perusahaan atas segala aktivitas atau usaha yang dilakukan. Citra yang dibentuk dapat berupa citra positif maupun sebaliknya, tergantung dari upaya apa saja yang dilakuakn leh perusahaan untuk mempertahankan demi sebuah keberlangsungan dari perusahaan itu sendiri.

4) Berita (news)

Ialah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan tujuan dapat di terima dan mendapatkan respon yang positif dari khalayak

²⁸ Rosyadi ruslan, "management *Public Relation* & media komunikasi" (jakarta, Rajagrafindo persada, 2014) 18.

5) Hubungan dengan khalayak (community involvement)

Sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, media, masyarakat sekitar, perusahaan dll.).²⁹

f. Hambatan

Menurut oemar hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi, merintang, menghambat yang ditemui oleh manusia atau sebuah individu dalam kehidupannya sehari-hari yang datangnya silih berganti, sehingga menimbulkan hambatan bagi individu yang menjalaninya untuk mencapai tujuan.

Sedangkan menurut poerwandarminta 1991 hambatan ialah merupakan sebuah halangan, rintangan atau suatu keadaan yang tidak dikehendaki atau disukai keberadaannya, menghambat sebuah perkembangan pada seseorang, menimbulkan kesulitan baik bagi diri sendiri maupun orang lain dan ingin atau perlu untuk dihilangkan.

Sementara kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus berkembang, namun kebanyakan badan-badan kehumasan di Indonesia mengalami ketersendatan dan hambatan dalam melakukan tugasnya. Beberapa penyebab dapat disebut khususnya untuk humas-humas suatu instansi atau lembaga diantaranya:

²⁹ Firsan Nova “ crisis *PUBLIC RELATION* strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan (jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011) 54-56

1) *Status quo humas dengan lain bagian*

Mengenai status humas dengan lain-laain bagian di dalam suatu departeen adalah berbeda-beda. Ada yang setaraf dengan bagian bahkan ada yang terendah juga.

2) Masalah “*delegatio of authority*”

Hambatan humas yang lain adalah masalah delegation of authority antara “decition maker” dari lembaga dengan humas. Garis kedua hubungan belah pihak kadang-kadang kabur sekali, sehinga sering terjadi suatu peristiwa yang membingungkan.

3) Humas yang tidak qualified

Faktor tenaga pegawai yang bekerja diingkungan humas ialah yang memegang peranan penting. Sistem jam kerjanya yang walaupun secara teoritis sama dengan pegawa-pegai lain namun prakteknya melebihi dari pada yang lain.

4) Scope dan organisasi humas yang labil

Sewaktu-waktu prganisasi atau lembaga itu mengalami perkembangan dan perubahan-perubahan. Lebih-lebih jika terjadi pergeseran staf yang sering membawa ide dan rencana baru. Akibatnya kedudukan dari humas itu sendiri menjadi terombang ambing.

5) Budget humas yang tidak ada artinya

Kalau kita bicara mengenai budget tentu ada kaitanya dengan planning program, baik dari jangka pendek maupun jangka

panjangnya. Soal budget adalah masalah penyeimbang terhadap kegiatan humas yang telah direncanakan. Hampir sebagian besar humas pada suatu lembaga memiliki sebuah budget yang kurang memadai, dengan demikian membuat kegiatannya terbatas karena tergantungnya biaya.³⁰

2. Pencitraan

Citra adalah sebuah tujuan utama sekaligus merupakan prestasi dan reputasi yang hendak dicapai bagi dunia *Public Relation*. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari sebuah hasil baik atau buruknya. Seperti sebuah tanggapan positif atau negatif yang datang dari khalayak (masyarakat). Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk dapat mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu. Tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.³¹

Menurut Kotler pengertian citra ialah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor diluar

³⁰ Rosady ruslan, *management Public Relation dan media komunikasi: konsepsi dan aplikasi* (jakarta: rajawali pers,2012),122

³¹ Rosyadi Ruslan, "management *Public Relation & media komunikasi*" (jakarta, Rajagrafindo persada,2018) 24.

kontrol perusahaan. Adapula pendapat lain mengenai definisi citra yakni menurut djaslim saladin ialah citra merupakan satu perbedaan yang dapat dibandingkan oleh pelanggan, baik citra produk maupun citra perusahaan. Citra merupakan tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat atau *Public Relation*. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari public dan masyarakat luas pada umumnya.³²

Menurut Frank Jeffkins menyebutkan bahwa ada beberapa jenis citra yaitu:

a. Citra bayangan (the mirror image)

Yaitu citra atau sudut pandangan orang dalam perusahaan mengenai pandangan masyarakat terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidaklah tepat bahkan hanya sekedar ilusi sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi ini mengenai pendapat atau pandangan dari pihak luar.

³² Firsan Nova “ crisis *PUBLIC RELATION* strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan (jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011) 36-37

b. Citra yang diharapkan (the wish image)

Ialah citra yang diharapkan oleh perusahaan. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik dari pada citra yang sesungguhnya.

c. Citra yang berlaku (the current image)

Citra yang berlaku ialah citra atau pandangan orang luar mengenai organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang terbentuk belum tentu sesuai dengan kenyataan biasanya citra ini cenderung negatif.

d. Citra perusahaan (corporate image)

Merupakan sebuah citra organisasi secara keseluruhan. Bukan hanya pada produk dan pelayanannya, citra perusahaan ini terbentuk dari banyak faktor seperti sejarah atau kinerja perusahaan, stabilitas keuangan, keuangan prosuk dan lain-lain.

e. Citra majemuk (the multiple image)

Banyaknya jumlah pegawai, cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimiliki.

f. Citra yang baik dan buruk (good and bad image)

Seorang public figure dapat menyandang reputas baik maupun buruk. Keduanya bersumber dari adanya citra yang berlaku. Citra sebuah

humas yang ideal adalah kesan yang benar yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.³³

Humas di gambarkan sebagai input-output, sebuah proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, terbentuknya sebuah citra adalah karena adanya sebuah persepsi, persepsi secara sederhananya ialah merupakan sebuah pandangan seorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterima. sedangkan input ialah stimulus yang diberikan dan output merupakan tanggapan atau sebuah perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-motivasi-sikap. Model dari pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana sebuah stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan di mempengaruhi respon. Sebuah stimulus yang diberikan individu dapat diterima atau di tolak. Jika rangsangan ditolak maka proses selanjutnya tidak akan berjalan dengan lancar. Hal ini menunjukkan bahwa rangsangan yang diberikan tidak evektif dalam mempengaruhi individunya karena tidak ada perhatian atau timbal balik dari individu tersebut.³⁴

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sebuah sikap, pendapat, tanggapan, maupun sebuah perilaku tertentu.

Untuk dapat mengetahui bagaimana citra sutau lembaga atau perusahaan di benak publicnya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Karena dengan

³³ Firsan Nova “ crisis *PUBLIC RELATION* strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan (jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011) 60.

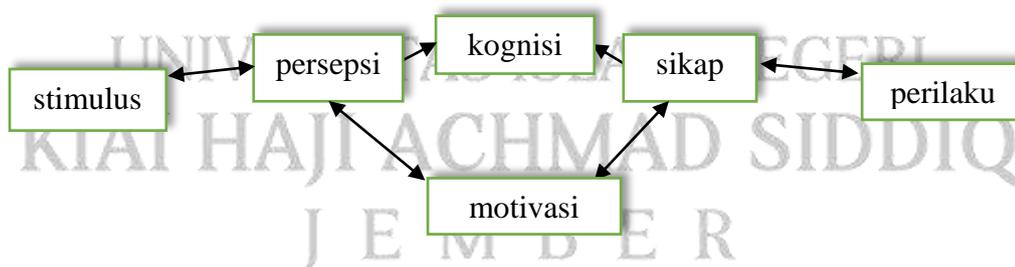
³⁴ Soleh soemirat, ardianto elvinaro “dasar-dasar *Public Relation*” (Bandung, remaja rosdakarya 2008) 114-118

adanya penelitian perusahaan atau lembaga tersebut dapat mengetahui secara pasti sikap masyarakat atau public terhadap lembaganya. Dapat mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh masyarakat atau publicnya.

Untuk mendapatkan citra yang diinginkan, sebuah lembaga atau organisasi harus memahami persis proses apa yang terjadi ketika public menerima informasi mengenai sebuah kenyataan yang terjadi. Citra yang baik disini dimaksudkan agar sebuah lembaga atau perusahaan dapat berjalan dan berkembang dengan baik serta memberikan manfaat kepada khalayaknya.

a. Proses pembentukan citra

Proses pembentukan citra dalam bentuk kognitif yang sesuai dengan sistem komunikasi dijelaskan oleh John S, Nimpoeno dalam laporan penelitian mengenai tingkah laku konsumen seperti yang telah dikutip dan asaputra seperti dibawah ini:



Bagan 2.1 proses pembentukan citra

Public Relation digambarkan seperti input-output. proses dalam model ini ialah pembentukan citra, sedangkan input merupakan stimulus yang diberikan dan output merupakan tanggapan atau sebuah perilaku

tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah sebuah strategi umum yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang akan di perlukan untuk menjawab dan memecahkan masalah atau persoalan yang dihadapi.

Sehubungan dengan hal itu, di dalam penelitian ini akan diuraikan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, tahap-tahap penelitian

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang di peroleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses ini melibatkan sebuah upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, prosedur-prosedur, mengumpulkan sebuah data yang spesifik dari partisipan, menganalisa data secara induktif.

Pendekatan dan jenis Penelitian sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian yang berjudul “Strategi Pelaksanaan Fungsi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo”. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana silogisme dibangun berdasarkan menurut hal-hal khusus dari data di lapangan dan berakhir pada hal-hal umum. Pada proses pengumpulan data peneliti akan mengajukan

pertanyaan-pertanyaan mengumpulkan data-data yang spesifik seperti data kepengurusan, visi dan misi, strategi-strategi dan lain-lain.

Menurut anggito dan setiawan dalam penulisannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dari pada angka. Dalam penulisan laporan berbentuk kutipan kutipan atau fakta yang berada dilapangan karakteristik penelitian kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif.³⁵ Sedangkan menurut saryono penelitian kualitatif ialah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan sebuah kualitas ataupun keistimewaan dari sebuah pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.³⁶

Sesuai dengan penjelasan dari para ahli diatas, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif karena melakukan penelitian terhadap fenomena *Public Relation* yang dilakukan oleh sebuah lembaga yang mana disini diperlukannya sebuah strategi dan cara-cara agar lebih berkembang dan hal tersebut lebih bermakna dari pada angka-angka saja. Dalam penelitian ini peneliti hendak memahami lebih dalam lagi terkait informasi tentang kondisi di lapangan tanpa berusaha mempengaruhi pendapat informan. mendapatkan gambaran informasi secara deskriptif untuk menganalisa strategi yang dilakukan oleh pesantren Nuraniyah dan untuk menghasilkan data dalam menyajikan gambaran atau penerangan suatu fenomena atau persepsi yang mampu menjawab sebuah pertanyaan yang berkaitan dengan subjek penelitian. peneliti mendeskripsikan secara terpadu sebuah fakta yang berupa kata-kata

³⁵ Anggito albi, setiawan johan, *metodelogi penelitian kualitatif* (sukabumi, CV Jejak 2018).11

³⁶ Saryono, *metode penelitian kualitatif* (bandung, PT alfabeta 2010)

tertulis atau lisan dari orang-orang yang telah diamati secara faktual dan cermat.

B. LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian menunjukkan dimana peneliti akan hendak di lakukan, lokasi penelitian yang peneliti gunakan sebagai objek penelitian adalah di lembaga yayasan pesantren Nuraniyah, di sektor *Public Relation* dan hubungan masyarakat di Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.

C. SUBJEK PENELITIAN

Subek penelitian ini didasarkan berdasarkan pada upaya pencarian data, Subjek penelitian merupakan sumber data yang dimintai infromasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksudkan dengan sumber data disini ialah subjek yang dari mana data diperoleh.³⁷ data hasil penelitian diperoleh dari subjek dan informan yang *representatif* (mewakili) sesuai dengan tema strategi *Public Relation* dalam mengembangkan citra positif pesantren nuraniyah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data yang dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahuu, misalnya orang yang paling dianggap tahu, sehingga memudahkan peneliti untuk mengeksplor objek atau situasi sosial yang akan diteliti.

³⁷ Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Jakarta, Rineka Cipta, 2016) 107.

Dalam penelitian ini peneliti memilih empat subjek sebagai narasumber, Adapun subjek penelitian dan informan yang diteliti untuk mendapatkan data ialah:

1. Bapak H.Akhmad Taufiq, Pihak pengasuh lembaga atau kepala pesantren.
2. Hj. Nikmatul Maula yang merupakan bagian pengasuh sekaligus sebagai Humas pesantren yang berkaitan dengan perancangan program-program kegiatan.
3. Milatul maula selaku bendahara yang berkaitan dengan tanggung jawab tanggungan pesantren
4. Masyarakat sekitar,

Data yang akan terkumpul oleh peneliti ini adalah data yang sesuai dengan fokus penelitian yaitu Strategi Pelaksanaan Fungsi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah di desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.

Bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan datanya berdasarkan sumber data primier dan sekunder. Adapun sumber yang diambil yaitu:

1. Sumber Data Primier

Data primier adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Data ini juga disebut data asli atau data baru. Data primier dapat diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti dengan cara diambil dan kemudian diolah sendiri oleh peneliti sehingga mendapatkan suatu kesimpulan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara tidak langsung dari sumber penelitian. Adapun data sekunder yang dibutuhkan seperti data tentang lembaga, foto atau gambar, dokumen yang dapat berupa sebuah catatan. Dengan adanya data sekunder ini dapat memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data ialah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Mengumpulkan data merupakan sebuah pekerjaan yang penting dalam sebuah penelitian, dalam mengumpulkan data dilakukan dengan metode-metode tertentu, dimana dalam memilih serta menggunakan metode yang tepat merupakan sebuah salah satu syarat untuk memperoleh hasil penelitian yang bisa untuk dipertanggung jawabkan, oleh karena itu, penentuan pengumpulan data yang akan digunakan sangat tergantung pada jenis data yang akan dicari.³⁸

penelitian ini penulis menggunakan metode observasi untuk mencari atau mengumpulkan data yang sesuai dengan fakta. Observasi dilakukan untuk mendapatkan Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan sebuah pengamatan

³⁸ Sugiono, *metode penelitian kombinasi*, (Bandung, Alfabeta, 2014) 308

terhadap sebuah kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam data yang belum di peroleh saat wawancara dan dokumentasi.

Dalam mengumpulkan data peneliti melakukan metode observasi kelokasi penelitian yakni pesantren Nuraniyah, metode ini sangatlah perlu dilakukan karena peneliti dapat secara langsung melihat bagaimana situasi dan kondisi yang tengah terjadi di pesantren Nuraniyah. Peneliti melakukan observasi selama dua puluh tiga hari yakni dimulai pada tanggal 21september-29oktober 2021. Selama masa pengumpulan data peneliti melihat berbagai interaksi yang ada di pesantren nuraniyah, mulai dari melihat pengajian santri latihan rabbana dan sekolah hingga respon yang diberikan narasumber terhadap peneliti sehingga pada akhirnya peneliti dapat memperoleh data-data yang dibutuhkan.

2. Interview (Wawancara)

wawancara yang penulis maksudkan adalah metode wawancara percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yakni pewawancara (interviewer) sebagai yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai (interview) yang memebrikan jawaban dari atas pertanyaan yang ditanyakan. Sama halnya dengan observasi peneliti membuthkan waktu dua hari untuk melakukan wawancara kepada narasumber. Dalam penelitian ini penliliti akan mewawancarai tiga narasumber yaitu pihak lembaga dan humas serta dan masyarakat sekitar. Pertanyaan yang di ajukan kepada narasumber berkaitan tentang

bagaimana strategi *Public Relation* dalam mengembangkan citra positif pesantren Nuraniyah.

3. Dokumentasi

Dengan teknik Dokumentasi penulis memperoleh data tentang profil pesantren maupun dokumen yang lainnya yang berkaitan dengan pesantren dan pelaksanaan kegiatan-kegiatan pesantren. Dokumentasi ini merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dalam dokumentasi dapat berupa tulisan atau gambar, agenda serta foto-foto dan juga lembaga yang merupakan sumber data potensial yang menyangkut strategi *Public Relation* dalam mempertahankan citra positif di hadapan masyarakat.

Untuk mendapat dokumentasi peneliti mengambil secara langsung dari tempat penelitian hingga berupa arsip dokumen pribadi yang dimiliki pesantren Nuraniyah.

E. ANALISIS DATA

Analisis data merupakan sebuah upaya yang dilakukan bekerja dengan data, yang mana merupakan sebuah kegiatan sesuai kembali dari lapangan. Pada tahapan ini analisis data yang telah tersedia dari sumber yakni berupa seperti hasil wawancara, pengamatan yang telah berupa tulisan, dokumen pribadi dsb. Setelah data telah di peroleh oleh peneliti maka langkah selanjutnya yakni menganalisis data yang sudah tersedia dengan dukungan sebuah teori-teori. Sehingga dapat disimpulkan beberapa hasil penelitian. Dengan demikian analisis data kualitatif bersifat induktif, yakni sebuah

analisis berdasarkan data yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah hipotesis.

Dalam analisis data terdapat beberapa laur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yakni seperti:

1. Reduksi data

Mereduksi data ialah memilih dan meragkum hal-hal yang di anggap penting. Maka dengan hal ini data yang direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, reduksi adalah bagian dari analisis

2. Display data (penyajian data)

Peneliti menyajikan data yang telah mendapat informasi yang tersusun dan memberikan kesimpulan serta pengambilan tindakan berdasarkan informasi yang di peroleh.

3. Penarikan kesimpulan atau ferifikasi

Setelah penyajian datanya selesai selanjutnya peneliti mengambil kesimpulan untuk dapat menemukan srategi yang telah dilakukan dalam penelitiannya.

F. KEABSAHAN DATA

Pengecekan keabsahan data atau validasi data. Dalam penelitian ini pemeriksaan validitas data dan Untuk mendapatkan keabsahan data disini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi ini setara dengan “cek dan ricek” Teknik ini merupakan teknik penggumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumplan data dan sumber data. Ada dua macam triangulasi yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian yakni:

1. Triangulasi Sumber Data

Merupakan pengumpulan data dari berbagai sumber yang berbeda namun dengan menggunakan metode yang sama.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode yakni adalah cara dengan membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda.

Dalam penelitian ini penelitian menggunakan triangulasi sumber data dan metode. Setelah data di analisis, maka kemudian peneliti menguji keabsahan data tersebut dengan cara triangulasi sumber data. Dalam triangulasi sumber data ini peneliti menguji keabsahan data tersebut dengan cara membandingkan data atau informasi yang peneliti peroleh dari berbagai informan yang dapat dipercaya. Sedangkan untuk triangulasi metode peneliti mengecek data dengan sumber yang sama tetapi dengan cara yang berbeda, hasil data yang diperoleh dari wawancara tersebut kemudian di cek dengan observasi, dan dokumentasi sehingga dapat menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan fakta yang ada.

G. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

Adapun tahap-tahap penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

Pada tahapan ini persiapan yang dilakukan diantaranya:

a. Menyusun rancangan penelitian.

Sebagai contoh, menentukan judul penelitian, latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metode penelitian sebagai sebuah orientasi penentuan fokus konteks penelitian.

b. Menentukan objek penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus menentukan tempat terlebih dahulu, tempat yang di pilih yakni tim humas lembaga yayasan pesantren nuraniyah

c. Mengurus surat perizinan

Sebelum mrngadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu ke pihak kampus

d. Memantau dan mengecek kondisi lapangan

Setelah diberikannya izin, peneliti mulai melakukan pemantauan dan mengecek kondisi lapangan sebagai tempat penelitian untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian, lingkungan sosial dan pendidikannya. Halini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh data.

e. Menyiapkan keperluan atau perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai mulai dari sebuah rancangan penelitian hingga melihat kondisi lapangan, maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun ke lapangan yakni mulai dari menyiapkan buku catatan, kertas dan lain sebagainya yang dianggap perlu.

2. Tahap kegiatan lapangan

a. Terjun lapangan

Pada tahap ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk menggali data-data mengenai fokus permasalahan yang dijadikan sebagai bahan kajian dalam penelitian.

b. Bersosialisasi dengan masyarakat setempat

c. Menggali dan mengumpulkan data

d. Mengevaluasi data

3. Tahap pasca penelitian

a. menganalisa data

pada atahapan ini peneliti melakukan sebuah analisis terhadap data yang sudah di dapatkan dari lapangan dari beberapa informan, sehingga peneliti mampu untuk menentukan data mana yang dibutuhkan karena semakin banyak informan yan dijadikan sumber informasi maka semakin bnayak pula data yang di peroleh, untuk itulah analisis data disini diperlukan

b. menyajikan data dalam bentuk laporan

c. menyempurnakan laporan dengan merivisi data

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan disajikan secara berturut-turut mengenai sebuah data dan analisis hasil dari penelitian yang telah dilakukan meliputi Gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis dan pembahasan temuan

1. Profil Pesantren Nuraniyah

Penelitian ini bertempat di pesantren Nuraniyah Krajan 1 Desa Nogosaren. Beralamatkan di Jl. Masjid Jami' Nurul Hasan Desa Nogosaren Kec. Gading Kab. Probolinggo.

2. Sejarah singkat pesantren Nuraniyah

Berdirinya suatu lembaga pendidikan di tengah-tengah masyarakat berkaitan erat dengan dinamika masyarakat itu sendiri, telah diketahui bersama bahwa pondok pesantren termasuk dari salah satu jenis lembaga pendidikan islam indonesia. Dimana seorang santri atau murid mempelajari ilmu agama dari seorang kiai atau guru, serta ulama di pesantren. Pesantren biasa atau familiar dengan sebutan pondok di pulau jawa yakni perumahan yang di Petak-petak dalam bentuk kamar-kamar yang dalam hal ini adalah merupakan tempat atau asrama bagi para santri.

Meski pondok pesantren memiliki usia yang cukup tua namun pesantren pada saat ini tetap eksis dilingkungan masyarakat dan ikut andil didalam mencerdaskan anak-anak bangsa. Salah satunya pesantren yang ada di desa nogosaren yakni Pesantren nuraniyah. Pesantren Nuraniyah

merupakan pesantren yang berada di kawasan pedesaan yang terletak di Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo. Berdirinya pesantren ini di barengi dengan niatan ikhlas membantu. Sebelum dibangunnya pesantren ini, telah berdiri terlebih dahulu Yayasan pendidikan sekolah formal yang ada di desa setempat. Yayasan ini mendirikan sebuah pesantren yang bagi masyarakat sekitar khususnya desa nogosaren umumnya, sebagai sesuatu awal yang baik. Pesantren ini merupakan awal mewujudkan cita-cita yayasan untuk kedepannya, yaitu pengembangan di bidang pendidikan yang semuanya baik bagi masyarakat. Dengan demikian diharapkan warga sekitar dan masyarakat bisa membantu dan memberikan sumbangan serta ikut berpartisipasi dalam pembangunannya.

Pada awal mula pesantren ini didirikan lantaran keinginan seseorang sekaligus seorang kiai yakni KH suja' yang memiliki yayasan sekolah di desa setempat, lantaran iba kepada murid-murid yang memiliki akses yang jauh ke sekolah, tidak adanya kendaraan serta merasa khawatir di saat musim hujan datang. Namun niatan itu tak kunjung terlaksana sampai bertahun-tahun lamanya, hingga kiai suja' tersebut meninggal dunia. Setelah melakukan diskusi dengan para pemuka desa dan juga seseorang desa mereka mengambil keputusan dan juga merasa perlu untuk merealisasikan keinginan kiai selaku pemuka agama didesa itu untuk membangun sebuah pesantren, bebarengan dengan niat yang baik dan menghidupkan desa setempat agar tidak menjadi desa mati dan juga

memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar untuk mendapatkan ilmu agama yang baik dan juga terjangkau bagi putra putrinya khususnya di Desa Nogosaren dan sekitarnya

pesantren ini kini dipimpin oleh H. Muhammad Taufiq dan didirikan dengan tujuan menciptakan generasi yang baik secara umum maupun agama mewujudkan generasi yang beriman, bertakwa kepada tuhan yang maha esa, berakhlak mulia, cerdas, kreatif, inovatif dan mandiri. Mendidik generasi yang sesuai dengan ahlussunnah wal jamaah. Pesantren ini resmi didirikan pada tahun 2001 dengan tempat seadanya di dalam ruangan kecil yang memiliki 2 kamar dan hanya menampung santri putri saja. Terdapat santri mukim (menetap) dan juga tidak mukim (hanya mengikuti kegiatan selebihnya pulang kembali kerumah) dengan jumlah santri 14 orang. Hingga pada awal tahun 2010 jumlah santri bertambah dan memerlukan tempat yang lebih luas. Juga terdapat santri putra yang menetap dan menggunakan ruang tamu pribadi yang dijadikan sebagai tempat tidur putra. Karena dukungan dan juga keinginan masyarakat yang ikut membantu pada 2017 di realisasikan pembangunan tempat khusus santri yang memiliki beberapa ruang kamar dan juga dapat menampung beberapa orang di dalamnya, dengan tujuan agar para santri lebih leluasa dan merasa nyaman dengan tempat tersebut. Dengan menggunakan uang pribadi dan juga sumbangsih dari masyarakat sekitar, juga didirikanya ruang belajar hingga tempat latihan para santri. Pesantren ini merupakan pesantren satu-satunya yang ada di desa nogosaren kecamatan gading kabupaten

probolinggo dan memiliki harapan dapat menjadikan desa yang berkah dan hidup dengan pemuda yang baik secara agama dan sosial.

Seiring dengan citra yang digambarkan dan diharapkan, dibentuk pula bagian-bagian dan struktur kepengurusan yang bertujuan untuk memudahkan yayasan dalam mengatur keluar masuknya informasi antara pihak yayasan dan dengan masyarakat luas, khususnya masyarakat sekitar Desa Nogosaren.

3. Visi dan misi pesantren

Visi dan misi dari pesantren Nuraniyah ini merupakan tujuan yang ingin di capai oleh pesantren Nuraniyah. Dengan visi dan misi ini bisa menjadi semangat untuk terus bangkit dan berkembang. Adapun visi dan misi dari pesantren ini adalah sebagai berikut:

a. Visi pesantren Nuraniyah

Visi dari pesantren Nuraniyah “terdidiknya para generasi yang menjadi mukmin, muslim dan muhsin.”

b. Misi pesantren Nuraniyah

- 1) Menanamkan dan meningkatkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari
- 2) Menanamkan jiwa keikhlasan, kesederhanaan, kemandirian dan ukhuah islamiyah.
- 3) Mengantarkan santri untuk mengenal jati diri dan lingkungannya serta memiliki kemampuan untuk mengembangkan diri sesuai dengan pilihan hidupnya.

- 4) Mendidik dan mempersiapkan untuk menjadi manusia mandiri dan berkhidmat kepada masyarakat, agama, nusa dan bangsa
- 5) Mendidik serta membimbing santri agar tak terawa arus globalisasi yang salah dan membekali dengan ilmu agama.

Nama pesantren Nuraniyah sendiri berasal dari nama lembaga madrasah sekolah yang berdiri jauh sebelum pesantren didirikan. Para santri didominasi oleh siswa-siswi lembaga formal yang memutuskan untuk menjadi santri dan menetap di pesantren dengan tujuan memaksimalkan ilmu yang di dapat dan sekaligus mengabdikan. Selain pendidikan formal yang mereka dapat dari sekolah mereka juga mendapat pendidikan agama yang lebih di pesantren, yang mereka tidak dapatkan dari sekolah. Beberapa hal penting yang mendasari berdirinya pesantren ini yakni:

- 1). Sangat penting sebuah kedudukan iman dan takwa dalam diri manusia
- 2). Dibutuhkannya proses pendidikan islami yang diperlukan untuk menahan arus negatif akibat modernisasi yang terjadi
- 3). Diperlukannya sebuah pendidikan yang seimbang antara agama dan pendidikan umum
- 4). Perlunya mempersiapkan generasi yang terdidik yang memiliki pengetahuan yang luas baik secara agama dan umum
- 5). Dapat memenuhi hajat masyarakat

- 6). diperlukan sebagai penerus atau generasi yang bisa berkembang dan memiliki wawasan untuk membimbing masyarakat.

4. Saran dan prasarana pesantren Nuraniyah

Dalam rangka menyediakan sarana pendidikan yang memadai, pesantren nuraniyah secara bertahap terus meningkatkan sarana dan prasarana guna menunjang optimalnya proses pembelajaran dan pendidikan. Sampai saat ini sarana dan prasarana yang dimiliki pesantren Nuraniyah diantaranya:

a. Masjid

Yang merupakan tempat ibadah khususnya sholat para santri dan juga berfungsi sebagai tempat pembelajaran kitab-kitab santri



Gambar 4.1 masjid Jami' Nurul Hasan Nuraniyah

b. Asrama santri

Asrama santri putra Berupa bangunan lantai dua terdiri dari 6 kamar dan 2 kamar mandi, dan asrama putri yang terdiri dari 4 kamar.



Gambar 4.2 Asrama santri Nuraniyah

c. Perpustakaan

Ruangan berukuran 5x4 dan memiliki 3 lokal

d. Kantin

Untuk kebutuhan santri sekaligus tempat santri mengambil nasi

e. Gedung sekolah

Ada beberapa gedung yang digunakan untuk proses belajar dan mengajar diantaranya

a. Paud 2 lokal

b. Taman kanak-kanak 2 lokal

c. Madrasah ibtdaiyah 6 lokal

d. Madrasah tsanawiyah 3 loka

e. Sekolah Menengah Atas 2 lokal

f. Kediaman pengasuh 1 lokal (dalem)



Gambar 4.3 Gedung sekolah Nuraniyah

a. Jumlah Guru dan karyawan pesantren

1) Guru : 7

2) Karyawan : 2

b. Jumlah santri pesantren Nuraniyah

Jumlah santri	Laki-laki	perempuan	Total
Mukim	21	20	63
Tidak bermukim	7	15	

c. Struktur pesantren

Adapun struktur susunan kepengurusan yayasan pesantren Nuraniyah sebagai mana berikut:

pengasuh

H. Akhmad Taufiq, M,Mpd

Hj. Nikmatul Maula S.Ag

Ketua Pondok

H. Badrus Sholeh

Sekretaris

Ustdaz Rohman

Bendahara

Milatul Maula S,Pd.I

Biro Kepesantrenan

Nita Endah Hafsawati S.Hum

Biro Pendidikan

M.Hasan Sabilil Maula S.Ag. M.Pd

Bag.Keamanan

Abdullah

Bag.Kebersihan

Idayanti

d. Program kegiatan

Pesantren Nuraniyah juga memiliki program-program yang tidak hanya melibatkan para santri melainkan juga melibatkan

masyarakat sekitar, guna lebih untuk mengenalkan pesantren kepada khalayak luas. Adapun program-program tersebut di antaranya sebagai berikut:

1). Pramuka

Pramuka atau kegiatan camping yang dilakukan oleh para santri dan siswa-siswa madrasah. Kegiatan ini bertujuan sebagai wadah penanaman nilai akhlak, adapun nilai akhlak yang dapat dikembangkan diantaranya: religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, sopan, kreatif, mandiri dan tanggung jawab. Kegiatan ini biasa dilakukan dalam satu tahun sekali dalam rangka imtihan santri.

2). Drumband

Drumband merupakan kegiatan ekstrakurikuler, yang mana melalui drumband para santri dapat banyak belajar diantaranya kedisiplinan, kekompakan serta percaya diri, memiliki kecerdasan

musikal dan kinestetik serta menyenangkan. Kegiatan drumband ini telah meramaikan berbagai even serta menjadi salah satu sumber pemasukan bagi pesantren lantaran tidak hanya meramaikan even haflatul imtihan namun juga di undang di berbagai acara yang ada di masyarakat.



Gambar 4.3 pertunjukan drumband di acara haflah

3). Nasyid dan Pengajian

Acara ini di gelar setiap bulan yang jama'ahnya merupakan masyarakat sekitar desa nogosaren dan juga beberapa daerah kecamatan probolinggo.

4). Safari Maulid

Acara ini di gelar setiap mendekati bulan ramadhan dengan mengunjungi rumah-rumah santri dan melakukan maulid bersama.

B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Sebagai bukti dan hasil dari suatu penelitian maka perlu kiranya disajikan data hasil penelitian melalui penelitian melalui interview, dan interview dan dokumentasi. Teknik-teknik ini dijadikan sebagai media dalam mengumpulkan data-data secara maksimal mengenai berbagai hal yang berkaitan dan berhubungan dengan hal-hal yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan.

Upaya yang di lakukan oleh peneliti ialah untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian secara maksimal dan sungguh-sungguh guna mendapat

informasi yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti. Maka disini peneliti secara sungguh-sungguh metode wawancara,

Agar nantinya data yang diperoleh oleh peneliti dapat berimbang, maka peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentar, dalam penyajian dan analisis data dikemukakan tentang strategi pengasuh dalam mendapatkan dan mengembangkan citra positif pesantren di nogosaren agar penyajian dan analisis data terarah dan sistematis, maka Penyajian data disesuaikan dengan rumusan masalah sebagaimana dalam paparan dibawah ini:

1. Strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Mengacu pada kerangka secara teoritis yang di ada pada bab sebelumnya bahwa data yang disajikan untuk menjawab bagaimana strategi yang dilakukan oleh pihak pengasuh pesantren sebagaimana berikut:

a. Publicasi (publication)

Salah satu strategi yang di lakukan oleh pengasuh pesantren adalah dengan melakukan publicasi. Dari Prestasi-prestasi akademik yang diraih oleh siswa kemudian dapat di publicasika. Tahap publicasi dalam strategi yang di lakukan oleh pihak pengasuh pesantren nuraniyah ialah dengan cara dalam menyebarkan informasi, gagasan atau sebuah ide kepada khalayak mereka.

“kalau publicasi sementara masih dengan melalui pemasangan banner, social media secara khusus belum ada, sejauh ini masih dari mulut ke mulut dalam hal publicasinya, biasanya juga lewat pengajian rutin atau acara-acara untuk

mensosialisasikan sekaligus mempublicasikan pesantren, lewat status wa yang disebar juga, biasanya mengenai acara-acara yang mau di adakan seperti itu”.³⁹

Adapun bentuk sosialisasi yang di lakukan adalah mengenai perkembangan dan perencanaan pondok pesantren Nuraniyah ke depan, KH. Achmad taufiq memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan sosialisasi kepada jemaah dan masyarakat sekitar, hal ini sementara dilakukan pada saat melakukan pengajian rutin. Dan pemanfaat media whatsapp untuk melakukan publicasi terhadap publicnya. Selain itu Hj.Nikmatul Maula juga melakukan sosialisasi tersebut dalam acara sarwah musimat milik beliau.

Pesantren nuraniyah masih tergolong pesantren baru yang masih memfokuskan pengenalannya kepada khalayak terdekat, sesuai dengan niatan awal menghidupkan dan memberikan warna bagi desa dan warga sekitar, sekaligus membantu generasi muda di desa setempat untuk mendapat nilai agama yang memumpuni dengan biaya yang tidak memberatkan.

“biasanya kalau ada acara sarwah muslimatan santri-santri putri ikut, saya kasi mereka kesempatan untuk memimpin bacaan tahlil atau doa-doa bagi yang pelafalan dan pemahamannya udah bagus, masyarakat nanti kan menilai sendiri.”⁴⁰

Memperkenalkan santri dan kemampuannya dihadapan public secara langsung, tak lupa akhlak dan adab yang mencerminkan seorang santri yang sopan dan tawaddu, sekaligus melatih mental santri ketika

³⁹ H. Taufiq, Wawancara 24 September 2021

⁴⁰ Hj. Nikmatul Maula, Wawancara, 24 september 2021

terjun langsung di masyarakat dan tanggung jawab serta menjaga nama baik pesantren.



Gambar 4.4 banner selamat datang pesantren nuraniyah

b. Acara (*event*)

Dalam membangun citra pesantren tak luput dari pesan dan strategi. Strategi selanjutnya adalah dengan membuat acara, ini merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pengasuh dalam menyebarkan informasi. Dengan tujuan agar lebih dapat mudah menjangkau public yang dituju. Adapun acara yang dilakukan diantaranya:

1) Pengajian rutin.

Acara ini dilakukan setiap satu bulan sekali, yang diawali dengan sambutan pengasuh, pengenalan dan pencapaian pesantren, pembacaan kitab suci al-quran, istighosah bersama dan ceramah agama. Seperti yang dikatakan bpk. H. Muhammad Taufiq

“ini awalnya saran dan masukan dari masyarakat sekitar, dan setelah di pertimbangkan, juga dilakukan musyawarah

dengan beberapa pengurus dan mengingat amanat yang dulu sempat abah berikan, untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, mungkin ini jalannya. Dilihat tidak ada buruknya dan justru memberikan manfaat serta barokah, dan juga secara tidak langsung mengenalkan yayasan ini kepada masyarakat.”⁴¹

Sebagai bentuk mengajak sekaligus peduli terhadap nilai islam bagi masyarakat sekitar, sekaligus sebagai bentuk pengenalan agar terlihat dan dilirik oleh publicnya, dan memenuhi amanah serta saran dari masyarakat sekitar.

Ditambah juga oleh Hj.Nikamtul Maula selaku istri sekaligus pengasuh dan humas dari pesantren Nuraniyah mengenai pengajian rutin pesantren.

“manfaatnya banyak, tidak hanya untuk pesantren tapi juga bagi masyarakat, mengajak pada kebaikan dan nilai-nilai islami masyarakat sekitar terpenuhi.yang sesuai dengan ahlussunnah wal-jamaah”⁴²

Dilihat dari manfaatnya dan dampak yang akan ditimbulkan serta minat masyarakat akan pengadaan pengajian, menjadikan dorongan bagi pesantren nuraniyah untuk terus maju dan berkembang sesuai dengan visi dan misi dan yang di ciptakan oleh lembaganya.

⁴¹ H. Taufiq, wawancara 24 September 2021

⁴² Hj. Nikamtul Maula, wawancara 24 September 2021



Gambar 4.5 pengajian rutin yayasan nuraniyah

2) Safari Maulid

Safari Maulid ialah merupakan sebuah kegiatan melakukan kunjungan ke rumah santri-santri secara bergantian di setiap minggunya selama bulan Maulid Nabi. Seperti yang dikatakan bpk H. Muhammad Taufiq.

“safari Maulid ini, diadakan dibulan Maulid saja, mengunjungi rumah-rumah santri gantian, santri selaku tuan rumah yang memimpin berjalannya doa dan pembacaan-pembacaan lainnya, ini untuk mengevaluasi dan mempraktekkan ilmu yang di dapat selama dipesantren.”⁴³

Hal ini bertujuan untuk melatih tanggung jawab bagi santri-santri sekaligus sebagai bentuk pelatihan ketika menjadi manusia di tengah-tengah masyarakat secara langsung. Serta sebagai publicasi untuk membangun citra yang baik di hadapan khalayak dan masyarakat yang lebih luas lagi.

“biasanya safari Maulid ini paling ditunggu-tunggu sama santri-santri, kan biasanya mereka keluar dari pesantren.

⁴³ H. Taufiq wawancara 24 September 2021

Apalagi kalau ada yang rumahnya jauh, sekalian biar refreshing, nggak di pondok terus, biar nggak bosan.”⁴⁴

Hal ini bertujuan sekaligus berfungsi sebagai strategi yang menarik dan mengandung manfaat karena tidak banyak dilakukan oleh pesantren-pesantren lain. Dan bisa mendorong untuk lebih meluaskan pengenalan pesantren itu sendiri.

3) Perayaan Muharram (tahun baru islam)

Kegiatan perayaan bagi umat islam sebagai tahun baru islam. Dalam perayaan ini pesantren nuraniyah seringkali melakukan agenda seperti halnya pawai obor, mengundang warga sekitar untuk doa bersama dan di adakan tusiyah.

“ moment ini biasanya di isi dengan perayaan seperti pawai obor, yang di ikuti oleh seluruh guru, asatid dan asatidah santri dan juga siswa dan siswi dari paud tk yang didampingi orang tua sekaligus tingkatan MI,MTS,dan SMA. Ini diadakan dalam rangka mengenalkan tahun baru islam kepada siswa agar tidak melulu merayakan tahun baru masehi.”

Tidak hanya pawai obor, ada acara pengajian juga sekaligus ceramah agama. Kegiatan ini juga merupakan salah satu strategi pesantren dalam mempertahankan dan memperoleh citra di masyarakat yaitu dengan menjalin silaturrahi dengan element masyarakat.

4) Haflatul Imtihan

Merupakan kegiatan Tahunan, yang berupa malam apresiasi bagi siswa dan siswi dalam rangka kenaikan kelas.

⁴⁴ H. Taufiq wawancara 24 September 2021

Biasanya diisi dengan hiburan untuk para santri dan warga sekitar dengan penampilan arak-arakan, drumband, penampilan pertunjukkan seni nasyid dan tarian tradisional hingga menunjukkan kemampuannya dalam membaca al-quran bit tartil.

“ya seperti haflatul imtihan pada umumnya, perayaan bagi siswa siwi yang sudah melewati masa ujian dan kenaikan kelas, biasanya diadakan 2hari 2 malam, malam wisuda bagi yang lulus, tarian-tarian dan hiburan lainnya. Diadakan arak-arakan dan drumband biar rame sekaligus memberitahukan kepada khalayak luar kalau ada acara. Sekaligus mengumpulkan para alumni untuk tetap bersilatur rahmi atau temu kangen.”

Dalam hal ini peran pengasuh menjadi sebuah bagian penting, karena menjadi perantara antara pihak dalam dan juga pihak luar lembaga. Citra organisasi itu sangat penting dalam keberlangsungan program-program dan pendidikan pesantren nuraniyah.

Dari pernyataan diatas merupakan bagian dari *Public Relation* pesantren, berkat kerja keras dan keinginannya pesantren nuraniyah mulai di kenal di masyarakat sekitar. Sebagai seorang pengasuh haruslah memiliki strategi-strategi dan harus benar-benar cerdas untuk mampu menarik ruang-ruang tertentu agar dapat mengenalkan lembaganya kepada khalayak luar.

Peneliti juga mewawancara salah satu wali santri yang memondokkan anaknya di pesantren nuraniyah.

“ada peningkatan dan lebih bagus, dan cukup lengkap, dari segi pendidikan juga sudah berdiri lama, mondok jauh-jauh lawong yang dekat juga sudah ada, untuk biayanya juga

tidak terlalu mahal. Kebetulan pengasuhnya lulusan pesantren besar, jadi pelajaran-pelajaran yang didapat nggak jauh beda dari pesantren yang bu ninik dapat.”⁴⁵

c. Citra lembaga (corporate identity)

Citra lembaga atau cara pandang public terhadap pesantren nuraniyah atas segala aktivitas atau usaha yang di lakukan oleh pesantren nuraniyah.

“mengenai citra, selaku pengasuh saya tidak berharap banyak, karena kembali lagi pada masyarakat, yang jelas sesuai dengan visi dan misi, visi disini merupakan suatu pandangan yang jauh kedepan, jadi pesantren ini tidak hanya membangun citra, tapi yang terpenting apa yang diperbuat dan dampak baiknya apa, nah dari situlah terbentuknya citra hingga tanggapan-tanggapan dari masyarakat. Tetapi dari pihak pesantren ini sendiri tidak melakukan pencitraan karena itu seperti bersifat munafik, hanya ingin terliha baik di cashing atau diluarnya saja,”

Pembentukan citra sendiri akan berjalan seiring dengan apa dilakukan oleh lembaga, baik itu berupa citra positif maupun sebaliknya. Sebagai pesantren yang masih baru tentulah pesantren nuraniyah harus mampu menampilkan sebaik mungkin terencana dan tertata untuk meminimlisir kegagalan atau mendapat tanggapan negatif dari masyarakat sekitar.

e. Berita (News)

Berita (news) ialah berupa infomasi yang yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung ataupun tidak langsung. Yang bertujuan untuk mendapat

⁴⁵ Ibu romla, *wawancara*, 25 september

respon yang positif dari khalayak. Disini penyusun mengkonfirmasi mengenai berita kepada pengasuh pesantren, bapak H taufik.

“kalau berita-berita yang seperti media-media koran dll itu belum, belum sampai sana, untuk rencana juga belum ada, Cuma kalau ada yang mau meliput atau menjadikan berita sebagai bentuk pengenalan ya bisa.”

Dari paparan diatas dapat diketahui bahwasanya pesantren Nuraniyah belum lagi memiliki media yang khusus dalam peliputan dan penyebaran informasi secara khusus dalam melakukan pengenalannya ke pada khalayak luas.

f. Hubungan dengan khalayak

Ialah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak atau masyarakatnya.

“kalau hubungan dengan masyarakat ya Alhamdulillah, masyarakat sini juga supportif ya, saling membantu, pas awal pembangunan ini jukka banyak sumbangsih dan bantuan dari masyarakat, seperti mengadakan penggalan dana melalui amal, gotong royong bersama bangunnya.”

Sebagai Salah satu strategi untuk tetap menjaga relasi dengan khalayak ialah salah satunya dengan melibatkan masyarakat dan mempelajari pandangan mereka dan memberi informasi (edukasi) serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dan menunjukkan bahwa yayasan juga selalu memperhatikan, menyesuaikan dan melakukan usaha-usaha untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat.

2. Hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Faktor penghambat merupakan suatu hal yang dapat menyebabkan pelaksanaan dapat terganggu dan bahkan tidak dapat terlaksana dengan baik. Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh, ada beberapa hambatan dalam pelaksanaan strategi-strategi *Public Relation* di lembaga pesantren nuraniyah nogosaren diantaranya ialah:

- a. Minimnya tenaga ahli yang terdapat pada lembaga atau yayasan pesantren nuraniyah

Pesantren nuraniyah masih dikatakan pesantren yang baru merintis atau baru muncul dihadapan public minimnya tenaga ahli dalam bidang kehumasan membuat tatanan kerja terpacu dan belum sepenuhnya berkembang hal ini disampaikan langsung oleh pengasuh pesantren, bpk H taufiq beliau mengatakan:

“karna ini masih lumayan baru dan baru merintis, jadi sistem ketenaga kerjaannya kurang memadai, kebetulan masih dalam kekeluargaan semua yang di anggap mampu untuk membantu dan memiliki tanggung jawab di pesantren ini, melihat kondisi juga, tapi dari pihak yayasan juga terus melakukan inovasi dan pembaruan dari apa yang di rasa kurang.”⁴⁶

Walaupun bukan faktor utama, adanya tenaga ahli merupakan suatu hal yang sangat diperlukan keberadaanya untuk membantu dan mendukung kinerja public reation yang dilakukan, Menurut yang disampaikan bpk H.taufiq. hal tersebut tentu akan membantu pengasuh untuk membuat kinerja lebih efektif dan efisien serta lebih tertata.

⁴⁶ H.Taufiq wawancara 25 september 2021

- b. keterbatasan anggaran pesantren nuraniyah untuk sosialisasi dan publicasi

semakin ingin dikenal public pihak pengasuh tentulah harus melakukan banyak kegiatan, memerlukan sarana dan prasarana yang memadai. Banyak tanggung jawab yang harus di emban. Seperti halnya fasilitas pesantren dan yayasan. Setiap melakukan sarana dan prasarana serta kegiatan tentulah memerlukan biaya yang tidak sedikit. Milatul maula selaku bendahara mengaku jika dana yang diperlukan dalam suatu kegiatan sangatlah besar, ia menjelaskan:

“selama ini dana yang di dapatkan kurang lebih cukup, karna biasanya juga ada pengeluaran yang tidak diduga-duga. Biasanya setiap ada kegiatan tertentu dari pihak pesantren menggunakan uang anggaran dari siswa dan santri. Dan walaupun ada anggaran dan tidak sesuai dengan dengan yang diharapkan ya risikonya kualitas acara atau kegiatannya diturunkan sesuai, seperti itu. Tapi sejauh ini selalu kami usahakan yang terbaik dan selalu meriah dari pada yang lain untuk dapat menghibur dan menarik masyarakat yang lain agar menyekolahkan dan memondokkan anaknya disini.”⁴⁷

- c. keterbatasan akses informasi berbasis teknologi oleh sebagian masyarakat nogosaren

sementara ini pihak pesantren nuraniyah tidak memaksimalkan dan melakukan publicasi di bidang informasi berbasis media sosial, website dan media lokal untuk menyebarkan informasi ke masyarakat sekitar. Seperti yang di sampaikan oleh hj.Nikamtul maula ia mengatakan:

⁴⁷ Milatul Maula, wawancara 25 September 2021

“belum sampai sejauh itu, fokus daerah-dareh sini dulu aja, lagian masyarakat sini belum tau wibesite dan media sosial yang lain, sejauh ini cukup pakai di stori whatsapp dan di sebarkan di grup-grup dulu, media cetak disini juga tidak, toh walaupun ada daya beli masyarakat sini juga kurang.”

Hambatan yang alami oleh pihak lembaga ini juga dikarenakan minat kepekaan masyarakat sekitar akan pendidikan dan masih kurangnya informasi yang terdapat di desa nogosaren. Hal itulah yang menjadi salah satu faktor penghambat peningkatan lembaga pesantren nuraniyah.

C. PEMBAHASAN TEMUAN

Setelah data disajikan dan di analisis, pada langkah selanjutnya adalah mengaitkan antara kategori-kategori, posisi temuan dengan temuan sebelumnya, serta sebuah penafsiran dan penjelasan dari temuan-temuan yang telah peneliti peroleh selama dilapangan, melalui teknik observasi, dan wawancara lapangan dengan judul *“Strategi Pelaksanaan Fungsi Public Relation Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo”* patut kiranya temuan ini di jabarkan berdasarkan fokus penelitian yang telah di rumuskan.

1. Strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Sebagaimana seperti yang sudah dijeaskan dalam kajian teroi dan penyajian data ada banyak strategi yang dilakukan oleh pengasuh pesantren Nuraniyah dalam mengembangkan serta meningkatkan citra positif pesantren Nuraniyah. Dalam hal ini penulis menemukan bahwa

upaya atau strategi yang dilakukan oleh pengasuh pesantren ialah sebagai berikut:

a. Publicasi

Dalam melakukan publicasinya pihak pengasuh menggunakan banner dan juga pemasangan baliho serta dengan memperkenalkan dan mensosialisasikan perkembangannya dalam acara-acara yang diselenggarakan. Selain itu pihak pengasuh juga memanfaatkan media whatsapp untuk membantu menyebarkan informasi mengenai acara-acara yang akan diselenggarakan oleh pihak pesantren, agar dapat dilihat dan di ketahui oleh publicnya.

b. Acara (event)

Strategi selanjutnya ialah dengan menggunakan acara atau penyelenggaraan event, dalam hal ini pengasuh menggunakan beberapa acara yang dirasa perlu dan mampu untuk menarik minat hingga antusias publicnya dan juga berdampak baik serta dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pihak pesantren namun juga khalayaknya juga dapat merasakan manfaatnya. Diantara acara yang dibuat oleh pengasuh ialah:

1) Pengajian rutin

Hal ini dirasa perlu, karena selain manfaatnya pengajian rutin juga memberikan image yang baik bagi pesantren, dan juga dapat memenuhi nilai-nilai islami bagi pesantren itu sendiri dan juga masyarakat sekitar

2) Safari maulid

Strategi ini tidak banyak di gunakan oleh pesantren-pesantren lain, dan hal ini di rasa perlu untuk melatih pengetahuan dan praktek santri.

3) Perayaan muharram

Sebagai bentuk perayaan tahu baru islam yang diadakan setiap satu tahun sekali.

4) Haflatul imtihan

Sebagai salah satu bentuk apresiasi dan perayaan bagi santri dan juga siswa dan siswi atas diselenggarakannya ujian kenaikan kelas.

c. Citra lembaga

Citra lembaga bagi pesantren nuraniyah. Sebagai pesantren yang masih baru tentulah pe

santren nuraniyah harus mampu menampilkan sebaik mungkin

terencana dan tertata untuk meminimlisir kegagalan atau mendapat tanggapan negatif dari masyarakat sekitar.

d. Berita (News)

Berita ialah informasi yang di komunikasikan Secara langsung maupun tidak langsung. Penggunaan seperti berita-berita layaknya media-media koran dll itu belum diadakan dan belum terlintas untuk merencanakan juga belum ada.

e. Hubungan dengan Khalayak

Salah satu strategi untuk tetap menjaga relasi dengan khalayak ialah salah satunya dengan melibatkan masyarakat dan mempelajari pandangan mereka dan memberi informasi (edukasi) serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dan menunjukkan bahwa yayasan juga selalu memperhatikan, menyesuaikan dan melakukan usaha-usaha untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat.

2. Hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Berdasarkan analisis data di lapangan ada tiga faktor dalam proses pelaksanaan strategi *Public Relation*, yakni:

a. Minimnya tenaga ahli yang terdapat pada lembaga atau yayasan pesantren nuraniyah

Pesantren nuraniyah masih dikatakan pesantren yang baru tenaga ahli dalam bidang kehumasan membuat tatanan kerja terpaku dan belum sepenuhnya berkembang. Meskipun ini bukan faktor utama, adanya tenaga ahli yang memadai dan berbakat dibidangnya merupakan suatu hal yang sangat diperlukan keberadaannya untuk membantu dan mendukung kinerja *Public Relation* yang dilakukan

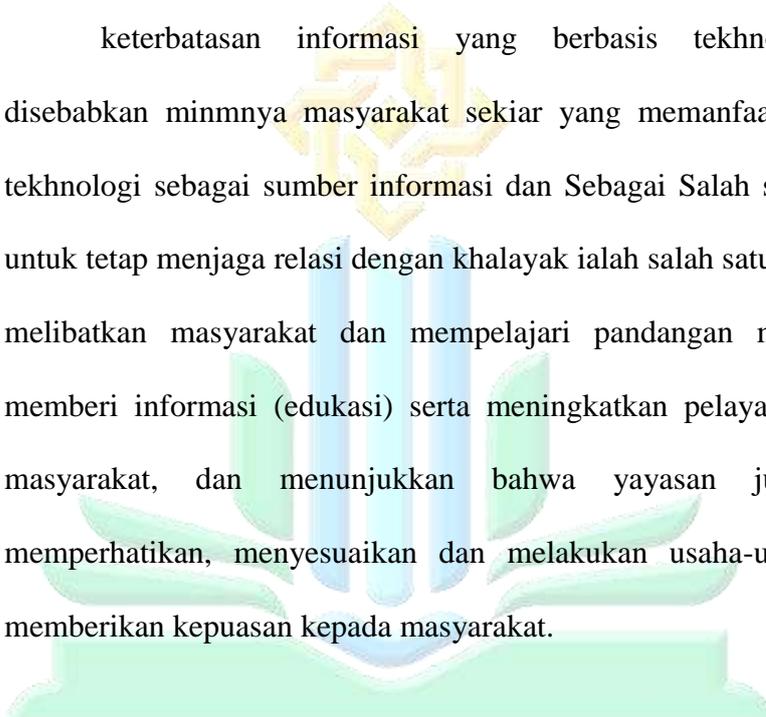
b. keterbatasan anggaran pesantren nuraniyah untuk sosialisasi dan publicasi

sarana dan prasarana yang dirasa perlu untuk dilakukan dan diadakan dan Setiap melakukan sarana dan prasarana serta kegiatan

tentulah memerlukan biaya yang tidak sedikit, yayasan nuraniyah mengaku jika dana yang didapatkan sudah lebih dari cukup dan haruslah digunakan sebaik mungkin.

- c. keterbatasan akses informasi berbasis teknologi oleh sebagian masyarakat nogosaren

keterbatasan informasi yang berbasis teknologi juga disebabkan minimnya masyarakat sekitar yang memanfaatkan media teknologi sebagai sumber informasi dan Sebagai Salah satu strategi untuk tetap menjaga relasi dengan khalayak ialah salah satunya dengan melibatkan masyarakat dan mempelajari pandangan mereka dan memberi informasi (edukasi) serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dan menunjukkan bahwa yayasan juga selalu memperhatikan, menyesuaikan dan melakukan usaha-usaha untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka dalam hal ini peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan yang mana sebagai berikut ini:

1. Strategi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Strategi yang dilakukan pesantren Nuraniyah seperti halnya melakukan strategi. **Publicasi**. Publicasi yang dilakukan oleh pihak yayasan dengan pemasangan banner, pengenalan tentang lembaga lewat Acara-acara yang diadakan oleh lembaga. Menciptakan agenda atau Acara-acara. **Acara**. Acara-acara yang di buat atau agenda yang di buat di antaranya: Pramuka, Pengajian, Drumband, Safari Maulid, Perayaan Muharram dan Haflatul Imtihan. **Citra purasahaan**. Namun hal itu tidaklah menjadi tujuan utama, melakukan dan memberikan yang terbaik dan terus berbenah serta memberikan yang terbaik dan membawa dampak yang baik dan manfaat bagi masyarakat sekitar. **Berita**. Belum terdapat media khusus dan **Hubungan dengan khalayak**. Melibatkan masyarakat sekitar untuk menjaga relasi dan melibatkan masyarakat sebagai bentuk peduli dan mempelajari cara pandang sehingga tahu akan kebutuhan apa yang di perlukan oleh publicnya.

2. Hambatan yang dihadapi *Public Relation* pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra

Berdasarkan analisis data di lapangan ada tiga faktor penghambat dalam proses pelaksanaan strategi pesantren dan sejauh ini yang peneliti telah teliti hambatan yang dihadapi oleh pesantren nuraniyah berupa: pertama, Minimnya tenaga ahli yang terdapat pada lembaga atau yayasan pesantren nuraniyah, terlihat dari data kepengurusan yang telah dipaparkan diatas. Kedua, keterbatasan anggaran pesantren nuraniyah untuk melakukan sosialisasi dan publicasi dan yang ketiga keterbatasan akses informasi berbasis teknologi oleh sebagian masyarakat nogosaren.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran-saran dari peneliti yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkaitan atas hasil penelitian ini. Adapun saran-sarannya yakni sebagai berikut:

1. Peneliti

Saran saya terhadap saya sendiri ialah semoga lebih bisa melakukan penelitian dalam hal serupa kedepannya sehingga dapat lebih berguna bagi masyarakat.

2. Lembaga Nuraniyah

- a. Peneliti menyarankan pesantren Nuraniyah untuk lebih terbuka kepada masyarakat agar lebih terlihat dan memperluas relasi untuk lebih dikenal ke khalayak yang lebih luas lagi.

- b. Memiliki sarana informasi yang resmi dan akurat yang berisi tentang informasi seputar pesantren Nuraniyah seperti memuat tentang kegiatan-kegiatannya, karena peneliti liat pesantren Nuraniyah belum memiliki hal tersebut.
- c. pengasuh terus menjalin dan membangun jaringan alumni yang resmi dan terkoordinasi dengan baik agar pesantren Nuraniyah dapat membuat kegiatan-kegiatan positif yang melibatkan alumni-alumni dan bisa melakukan trobosan-trobosan baru lainnya.
- d. Memiliki *Public Relation* (HUMAS) agar lebih terstruktur dan terarah.

3. Lembaga UIN KHAS Jember

Saran saya kepada lembaga UIN KHAS Jember khususnya fakultas dakwah, lebih di perhatikan lagi fasilitas mahasiswa yang kompeten pada bidangnya, agar dapat menjalankan fungsi penyiaran islam yang berguna bagi masyarakat.

4. Masyarakat sekitar

Diharapkan semua masyarakat nogosaren dapat lebih peka akan perkembangan zaman hingga pentingnya akan pendidikan yang tidak hanya berbasis tekhnologi, umum namun juga agama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggito albi, setiawan johan, *metodelogi penelitian kualitatif* (sukabumi, CV Jejak 2018).11
- Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Jakarta,Rineka Cipta, 2016) 107.
- Azman, *strategi Public Relation mebangun citra positif dalam film hancock*, no.34 (Juni,2016),100.
- Frank, jefkins dan yadin, daniel. “*Public Relation* edisi kelima” (jakarta, Erlangga,2003) 09.
- Firsan Nova “*crisis Public Relation strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan* (jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011) 54-56
- Keith butterick *pengantar Public Relation teori dan praktek* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada 2012) 153.
- Lestari Wahyuningsih, *tugas dan fungsi Public Relation dalam organisasi* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta,2013),01.
- Mujamil Qomar, *Management pendidikan islam* (Malang:erlangga 2007),190
- Neny Yulianita “*dasar-dasar Public Relation*”(bandung, pusat penerbit universitas P2u, 2012)21-23
- Onong udjana effendy, *dinamika komunikasi*, (bandung, PT Rosdakarya,2004) cet ke 4
- Prisgunato Ilham, *Komunikasi Pemasaran strategi dan taktik* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006), 86.
- Rachmat kriyantono, “*teori Public Relation prespektif barat dan lokal applikasi penelitian dan praktek*” (jakarta, kencana prenada media group 2004)
- Rosyadi Ruslan, “*management Public Relation & media komunikasi*” (jakarta, Rajagrafindo persada,2018) 16.
- Ruslan Rosadi, *management humas dan management komunikasi konsepsi dan applikasi* (Jakarta: PT. raja grapindo persada 2006),133.
- Saryono, *metode penelitian kualitatif* (bandung, PT alfabeta 2010)

Soleh soemirat, ardianto elvinaro “dasar-dasar *Public Relation*” (Bandung, remaja rosdakarya 2008) 114-118

Sugiono, *metode penelitian kombinasi*,(Bandung, Alfabeta, 2014) 308

Tim Penyusun IAIN Jember, *pedoman penulisan karya ilmiah* (jember, STAIN Press, 2017,83.

Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya 2009)

Skripsi

Achmad Kurniawan, *strategi Public Relation PT.Pertamina marketing operation region II palembang dalam memasarkan bahan bakar minyak melalui program berkah energi pertamina* (Palembang, Universitas Islam Negri Raden Fatah, 2019), 25.

Ahmad Munawir, *peranan Public Relation dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren* (Banten: universitas Islam Negri Maulana hasanuddin, 2019), 17.

Fathi mulki Rabbani “strategi *Public Relation* dalam mempertahankan citra positif positif di masyarakat” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016) 41.

Ismaulidina, *stratgi [ublik relation dalam membangun kepercayaan jemaah haji dan umrah di PT. Siar tour Medan* (Medan, Universitas Medan Area, 2019),26.

Muhammad Fadil Abdul Qadir, *Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah dalam meningkatkan minat siswa memilih jurusan otomatisasi tata kelola perkantoran di SMK PGRI 01* (Semarang: Universitas Negri Semarang, 2020), 01.

Nur Kholis, *strategi hubungan amsyarakat dalam meningkatkan citra positif pesantren darul huda mayak tonatan ponorogo*(Tesis, Ponorogo: Institue Agama Islam Negri,2018),07.

Vivi Susanti, *Strategi media relation dalam melaksanakan publisitas* (Ponorogo: Universitas Islam Negri Sultan Thaha Saifuddin Jambi 2018),41.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Musyarrafatul Mahbubah

Nim : D20171057

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Instansi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini mnyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul **“Strategi Pelaksanaan Fungsi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif di Pesantren Nuraniyah Desa Nogosaren Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo”** ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuaali pada bagian-bagian yang dirujuk oleh sumbernya.

Jember, 07 Juli 2022

Saya yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAL TEMPEL', and '78804740588036'. The signature is a cursive script that loops around the stamp.

Musyarrafatul Mahbubah

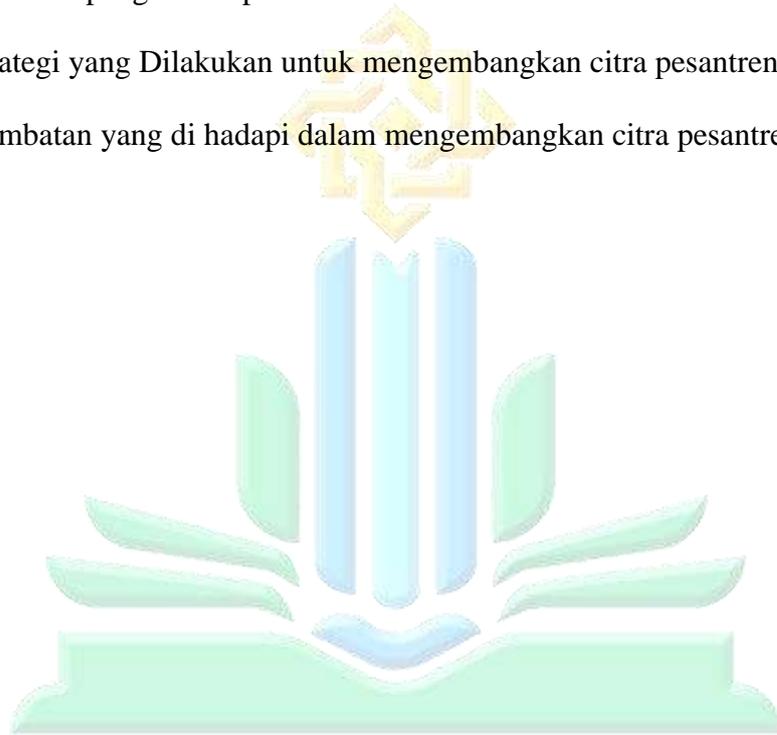
D20171057

MATRIX PENELITIAN

Masalah Penelitian	Pertanyaan Penelitian	Variabel	Indikator
<p>Dalam mengembangkan citra positif Pesantren Nuraniyah melakukan beberapa tahapan strategi-strategi dihadapan publicnya agar lebih di dilihat dan dipercaya. Adapun strategi yang dilakukan oleh pesantren Nuraniyah ialah dengan melakukan agenda acara dan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik dan memberi manfaat kepada masyarakat sekitar.</p>	<p>1. Bagaimana strategi <i>Public Relation</i> pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra?</p> <p>2. Apa hambatan yang dihadapi <i>Public Relation</i> pesantren di Desa Nogosaren dalam membangun citra?</p>	<p>Strategi <i>Public Relation</i></p> <p>Citra positif pesantren nuraniyah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicasi • Acara • Citra perusahaan • Berita • Hubungan dengan khalayak • Minimnya tenaga ahli • Keterbatasan anggaran • Keterbatasan akses informasi

PEDOMAN WAWANCARA

1. Latar belakang di dirikannya pesantren Nuraniyah
2. Sejarah di dirikannya pesantren Nuraniyah
3. Visi dan Misi Pesantren Nuraniyah
4. Uraian kepengurusan pesantren
5. Strategi yang Dilakukan untuk mengembangkan citra pesantren
6. Hambatan yang di hadapi dalam mengembangkan citra pesantren



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550
email : fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B. 1445 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 6 /2022 15 september 2021
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth:
H. Akhmad Taufik

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Musyarrafatul mahbubah
NIM : D20171057
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : X (sepuluh)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi public relation pesantren dalam mengembangkan citra positif yayasan nuraniyah desa nogosaren kecamatan gading kabupaten probolinggo"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Siti Raudhatul Jannah

JURNAL PELETIAN

NO	TANGGAL	Uraian Kegiatan	Informasi	Keterangan
1	15 september 2021	Penyerahan suat izin penelitian di yayasan Nuraniyah	Bpk H. Akhmad Taufi (kepala yayasan Nuraniyah)	
2	21 september 2021	Meminta data ke yayasan	Ibu Hj. Nikmatul Maula	
3	22 september	Wawancara pengasuh yayasan	Bpk H Akhmad Taufik dan Ibu Hj Nikmatul Maula	
4	22 september 2021	Wawancara bendahara yayasan	Ibu Milatul Maula	
5	24 september 2021	Wawancara orang tua peserta didik	Ibu Romla	

DOKUMENTASI

No	Nama Lokasi dan Penelitian	Gambar
1.	Wawancara dengan Bpk H Akhmad Taufiq-Pengasuh dan Kepala Pesantren	
2.	Wawancara Dengan Ibu Hj Nikmatul dan Bpk H. Akhmad Taufiq	

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Musyarrafatul Mahbubah
NIM : D20171057
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 29 November 1998
Alamat : Dusun Krajan 1 Desa Nogosaren Rt/Rw
03/01 Desa Nogosaren Kecamatan Gading
Kabupaten Proolinggo.

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Nuraniyah (2003-2005)
2. MI Nuraniyah (2005-2010)
3. MTS Nuraniyah (2010-2013)
4. SMA Zainul Hasan 1 Genggong (2013-2016)
5. UIN KH Achmad Shiddiq Jember (2017-2022)

C. Pengalaman Organisasi

1. Unit Kegiatan Olahraga (UKOR) UIN KHAS Jember (2018-2019)
2. Generasi Berencana (GENRE) Jember (2019-2010)