

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public relations atau yang lebih dikenal dengan sebutan PR merupakan bagian terpenting di dalam suatu organisasi maupun lembaga, baik yang berskala besar ataupun kecil. Keberadaan *public relations* menjadi hal yang esensial dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi atau lembaga dengan orang-orang *internal public* maupun *eksternal public*. Dalam hal ini *internal public* dapat dipahami sebagai orang-orang yang berada atau tercakup oleh organisasi, sedangkan *eksternal public* adalah orang-orang yang berada di luar organisasi yang ada hubungannya (Effendy, 1998: 110).

Sesuai dengan perkembangannya istilah *public relation* juga dikenal dengan kata Humas (Hubungan Masyarakat). Dimana M. Linggar Anggoro berpendapat bahwa humas sendiri merupakan terjemahan bebas dari kata *public relations*. Di dalam *public relations* tentu terdapat suatu upaya atau usaha yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan yang ditujukan agar mendapat respon baik dari masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pendapatnya Minan Jauhari dalam bukunya *public relations* menegaskan bahwa, di dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan publiknya. *Public relations* merupakan fungsi manajemen yakni suatu aktivitas untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi

suatu lembaga atau perusahaan di suatu pihak dengan publik di pihak lain, (Jauhari, 2013:13).

Apalagi pada zaman modern saat ini, keberadaan *public relations* sudah menjadi kebutuhan dan urgen bagi setiap instansi, organisasi maupun perusahaan. Sudah banyak lembaga yang telah menggunakan jasa *public relations* termasuk di antaranya adalah pondok pesantren.

Dalam hal ini pesantren sebagai lembaga sosial kemasyarakatan juga telah melaksanakan fungsi *public relations* itu sendiri. Figur kiai yang dipercaya ahli dalam mengkaji kitab kuning, ahli dalam hal agama, menjadi muballigh, menjadi guru bagi santri, menjadi pemimpin pondok pesantren, menjadi pembimbing dan panutan bagi masyarakat secara tidak langsung membangun nama kiai dan memberikan gambaran pribadi kiai pada publik. Pandangan orang lain yang melekat terhadap figur inilah yang dikenal dengan istilah *personalbranding*. *Personalbranding* kiai akan menjaga citra pondok pesantren semakin meningkat. Artinya semua yang terlibat dalam aktivitas pondok pesantren tidak hanya mengkaji konsep tentang manajemen *public relation*, namun mereka praktik secara langsung fungsi dari manajemen *public relation*, (Chotimah, 2013:12)

Tidak sedikit pesantren saat ini yang telah menjalankan fungsi *public relations*. Mengingat dari beberapa pendapat di awal, bahwasanya *public relations* itu upaya yang dilakukan secara kontinu dengan tujuan agar terciptanya hubungan yang baik antara pesantren dengan masyarakat. Maka dalam hal ini pesantren mewujudkan hal tersebut dengan menggunakan

beberapa kegiatan pondok semisal, dengan menerbitkan majalah, mengirim guru tugas di berbagai daerah, mengadakan kegiatan pondok yang melibatkan masyarakat dan bahkan memampang baliho. Hal ini sebagai wujud dari usaha pondok pesantren untuk tetap menjaga eksistensinya di masyarakat, sekilas pengetahuan penulis bahwa sudah banyak jumlah pesantren yang ada di Indonesia khususnya di daerah Jember, sekitar 7 Pesantren yang ada, (https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pesantren_di_Jawa_Timur_Kabupaten_Jember.7 Mei 2016).

Dari banyaknya pesantren yang ada, kemudian menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga pesantren untuk tetap menarik minat masyarakat memondokkan putra dan putri mereka. Untuk itu pesantren saat ini melakukan pembenahan diri mulai dari segi pembenahan fisik sampai pada program-program yang dilandaskan. Termasuk di dalam programnya mengikutsertakan masyarakat agar berpartisipasi.

Salah satu pesantren yang melibatkan masyarakat di dalam kegiatannya adalah pondok pesantren Al-Qodiri Jember. Pondok pesantren Al-Qodiri ini memiliki kegiatan atau *Event* rutin di setiap bulannya yaitu Dzikir Manaqib, kegiatan ini biasa dilaksanakan setiap malam Jum'at legi (Manis). Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut kurang lebih seribu sampai tiga ratus ribu *full* jamaah yang hadir. Sebagaimana yang dikatakan oleh Rizem Aizid di dalam penelitiannya bahwa, jamaah Manaqib Syeikh Abdul Qodir Jailani Jember merupakan jamaah terbesar di daerah Jawa Timur, dan bahkan di seluruh Indonesia. (Rizem Aizid, 2013: 8).

Melalui kegiatan Dzikir Manaqib tersebut kemudian pondok pesantren Al-Qodiri Jember mengadakan publikasi, sosialisasi dalam membangun citranya di tengah-tengah masyarakat. Kegiatan Dzikir Manaqib ini mendapat respon yang positif dari berbagai kalangan masyarakat selain sebagai kegiatan ibadah, kegiatan Dzikir Manaqib menjadi *public relations* pesantren. Selain itu kegiatan tersebut juga bisa berdampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Kegiatan Dzikir Manaqib ini merupakan mediator antara pondok pesantren dengan masyarakat secara langsung. Uniknyanya kegiatan tersebut dilaksanakan secara rutin pada setiap malam Jum'at *legi*, dan Kegiatan Dzikir Manaqib ini menjadi ujung tombak bagi pesantren Al-Qodiri dalam melakukan publikasi dan sosialisasi.

Kegiatan Dzikir Manaqib ini selain menjadi kegiatan ibadah juga menjadi *media relations* atau media komunikasi antara lembaga pesantren dengan masyarakat. Di dalam Islam telah dianjurkan untuk senantiasa menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan sesama, sebagaimana yang telah disebutkan dalam hadist:

حد ثنا قتبية بن سعيد حد ثنا ابوالاحوص عن ابي حصين عن ابي صالح عن ابي هرير
 ة قال قال رسول الله صلي الله عليه و سلم من كان يؤمن بالله

ﷻ

فليقل خيرا اول

ﷻ

Artinya: *Qutaibah ibn Sa'id bercerita kepadaku Abu al-Ahwash bercerita kepadaku dari Abi Hashin dari Abi Shalih dari Abi Hurarirah berkata, Rasulullah SAW bersabda: Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka jangan menyakiti tetangganya dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tamunya, siapa yang beriman kepada*

Allah dan hari akhir hendaklah dia berkata baik atau diam.
(Muhammad Al-bukhari, 2005: 437).

Sudah jelas maksud dari hadist di atas bahwasanya manusia, khususnya yang beriman diharapkan untuk bisa berkomunikasi yang baik dengan siapapun, kapanpun, dan di manapun ia berada. Salah satu wujud komunikasi yang baik adalah tidak menyakiti tetangganya, menghormati tamu dan bertutur kata yang baik. Dari hal tersebut dapat diambil benang merah bahwa Islam sebenarnya telah mengajarkan hubungan dan komunikasi yang baik dengan masyarakat atau dalam istilahnya yaitu *public relations*.

Dalam hal ini, kegiatan Dzikir Manaqib yang dilakukan oleh pondok pesantren Al-Qodiri merupakan bagian dari pelaksanaan *fungsi public relations* yaitu sebagai *media relations*. Media di dalam pelaksanaan *public relations* sangat urgen keberadaannya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Nurdin bahwa menghindari hubungan media adalah “kematian”, sedangkan mengelola dan menjalin hubungan baik dengan media adalah “kehidupan” yang menjanjikan di masa datang (Nurdin, 2008:12).

Selama ini masyarakat mengenal pondok pesantren Al-Qodiri melalui kegiatan Dzikir Manaqib tersebut, terbukti saat ini kurang lebih sekitar 3.000 santri yang terdata di pondok pesantren Al-Qodiri Jember. Untuk itu yang membedakan Al-Qodiri dengan pondok pesantren lainnya terletak pada kegiatan Dzikir Manaqib ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “ **Public Relations Pondok Pesantren Al Qodiri Jember**

Melalui Kegiatan Dzikir Manaqib Malam Jum'at Legi (Manis) Dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif ”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah bertujuan untuk memberikan garis yang jelas persoalan-persoalan yang akan di teliti dan di jadikan sebagai bahan untuk di uji kebenarannya dalam penelitian ini. Setiap peneliti yang mengadakan penelitian pasti karena memiliki hasrat untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang dihadapi.

Rumusan masalah penelitian merupakan pusat perhatian dalam pelaksanaan penelitian, untuk itu dibutuhkan perumusan masalah dengan jelas, kongkrit dan operasional. Pelaksanaan penelitian bertitik tolak dari masalah yang harus dihadapi dan perlu dipecahkan. Karena masalah merupakan bagian dari kebutuhan seorang peneliti yang ingin dipecahkan dalam penelitian (Suharsimi, 1997: 25).

Berdasarkan paparan di atas, dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Bagaimana proses *PR* Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dalam upaya meningkatkan citra positif melalui kegiatan Dzikir Manaqib Malam Jum'at Legi (Manis).
2. Bagaimana kegiatan Dzikir Manaqib Malam Juma'at Legi (Manis) yang digunakan sebagai *PR* pondok pesantren Al-Qodiri Jember menjadi *Media Relations PR* dalam menjalankan fungsi sosialisasi dan publikasi.

C. Tujuan

Tujuan penelitian merupakan akhir dari kegiatan penelitian. Dimana tujuan penelitian adalah sebagai jawaban yang ingin di temukan dari suatu penelitian. Tujuan penelitian harus sejalan dengan rumusan masalah penelitian (Sitorus, 2000:72).

Sehubungan dengan pengertian diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mendiskripsikan proses PR pondok pesantren Al-Qodiri Jember melalui Kegiatan Dzikir Manaqib Malam Jum'at legi (Manis) dalam upaya meningkatkan citra positif.
2. Mendiskripsikan kegiatan Dzikir Manaqib sebagai *media relations PR* pondok pesantren Al-Qodiri Jember dalam melakukan sosialisasi dan publikasi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan ini, peneliti berharap hasilnya dapat diaplikasikan secara akademis dan praktis.

1. Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini bertujuan untuk memperkaya khazanah keilmuan komunikasi khususnya dalam bidang pelaksanaan PR di pesantren dan *media relations* pesantren.

2. Manfaat praktis

Adapun secara praktis penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan pada mahasiswa komunikasi sebagai calon praktisi PR tentang pelaksanaan PR di lingkungan pondok pesantren. Dan hasil penelitian ini juga di harapkan dapat di jadikan sebagai bahan kajian untuk melengkapi keustakaan dan tambahan refrensi keustakaan bagi seluruh civitas akademika IAIN Jember.

E. Definisi Istilah

Untuk mempermudah pemahaman serta untuk menghindari kesalah pahaman dalam menafsirkan istilah-istilah dalam judul penelitian ini, maka dalam kesempatan kali ini penulis memberikan penjelasan agar maksud dan artinya menjadi jelas, sebagai berikut :

1. *Public Relations*

Di dalam suatu organisasi tidak asing kita mendengar istilah *public relations*. *Public relations* dapat di definisikan sebagai komunikasi antara organisasi dengan masyarakat dan juga lazim di sebut dengan istilah hubungan masyarakat. Namun terdapat perbedaan di antara keduanya, sebagaimana di katakan John Tondowidjojo terdapat perbedaan dan persamaan di antara keduanya. Letak persamaan keduanya sama-sama membangun komunikasi antara lembaga dengan masyarakatnya. Sedangkan perbedaannya, *public relations* lebih memiliki ruang lingkup yang luas jika di dibandingkan dengan humas. *Public relations* sangat

berperan aktif baik urusan intern maupun ekstern yakni untuk membangun relasi dengan masyarakat luas, menangani konflik, keluhan komunikasi intern, pengumpulan dana maupun penyampaian bantuan. Sedangkan humas ruang lingkupnya lebih sempit dan perannya hanya sebagai pembantu untuk menyampaikan pesan pada masyarakat. Sehingga humas memiliki persamaan dasar dengan penerangan, yaitu memperjelas komunikasi demi pemahaman yang lebih baik. Penerangan lebih bermuatan tanggung jawab agar yang menerima penerangan dapat mengambil keputusan yang terbaik, (Tondowidjojo, 2002: 4)

Sedangkan yang dimaksud dengan *public relations* dalam penelitian ini adalah *public relations* yang dilaksanakan oleh pondok pesantren Al-Qodiri Jember melalui kegiatan Dzikir Manaqib setiap malam Jum'at legi (manis).

2. Pesantren Al-Qodiri

Pesantren Al-Qodiri merupakan salah satu pondok pesantren yang ada di kota Jember. Pondok pesantren ini memiliki keunikan tersendiri, sehingga menarik minat peneliti untuk meneliti.

3. Dzikir Manaqib

Dzikir Manaqib ini merupakan salah satu program rutin pondok pesantren Al-Qodiri Gebang Jember pada setiap malam Jum'at manis, yang di pimpin langsung KH. Ahmad Muzakki Syah. Kegiatan ini dilakukan untuk memuliakan Syekh Abdul Qadir Jailani dan mengaharap barokah darinya. Dzikir Manaqib yang dipimpin KH.Ahmad Muzakki ini

banyak cabang yang sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Terlebih Dzikir Manaqib di pondok pesantren Al-Qodiri Jember, jamaahnya ribuan orang yang datang dari berbagai pelosok di Indonesia, dan bahkan dari luar Negeri. Khususnya di daerah tapal kuda (Banyuwangi, Jember, Lumajang, Situbondo, Prrobolinggo, Pasuruan, Malang), (Rizem Aizid, 2013: 118). Hal tersebut diperkuat dengan perkataan KH. Muzakki Syah saat Dzikir Manaqib yaitu:

“Jamaah yang hadir saat ini sekitar 300.000 jamaah yang datang. Ada yang dari negara tetangga yakni Malaysia, Banjarmasin, Bali, Kaltim, Lampung, Jiran dan daerah-daerah Jatim”

Kegiatan Dzikir Manaqib ini menjadi *public relations* pondok pesantren Al-Qodiri Jember dalam upaya meningkatkan citra positif.

4. Citra Positif

Citra biasa didengar dengan istilah *image* (gambar), citra di dalam *public relations* bukan lagi hal baru karena citra erat hubungannya dengan fungsi *public relations* dan pembentukan citra. Citra menurut Imroatus Shalihah di dalam penelitiannya disebutkan bahwa citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan (Imroatus Shalihah, 2013: 11), Citra ada dua macam yaitu citra positif dan juga citra negatif.

Sedangkan yang dimaksud oleh peneliti adalah citra positif, di mana citra positif tersebut dapat mempermudah lembaga atau organisasi untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif.

F. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan ini dapat terarah dengan baik dan sistematis. Di butuhkan sistem penulisan yang baik dan ilmiah, dimana peneliti akan menguraikan tulisan ini secara sistematis, keseluruhan isi yang terkandung dalam skripsi ini.

Sehubungan dengan hal tersebut sistematika pembahasan ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Dimana format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi (Tim Penyusun, 2015:73).

Sistematika pembahasan ini merupakan gambaran singkat skripsi yang dikemukakan secara beraturan dari bab per bab dengan sistematika yang bertujuan agar pembaca mudah mengetahui gambaran isi secara global. Adapun sistematika yang dimaksud adalah sebagai berikut :

Bab pertama pendahuluan, pada bab ini dipaparkan adanya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kerangka dari skripsi ini.

Bab kedua kajian kepustakaan, pada bab ini memuat tentang kajian terdahulu dan kajian teori.

Bab ketiga, pada bab ini menjabarkan tentang metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahapan-tahapan penelitian.

Bab ke empat, berisi penyajian dan analisis data yang mencakup gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan.

Sedangkan dalam bab kelima adalah bab penutup, pada Bab ini merupakan kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan dari jawaban permasalahan yang dijabarkan atau di uraikan pada bab sebelumnya. Sedangkan saran adalah solusi yang dapat diberikan guna mengatasi permasalahan yang ada, nantinya saran tersebut diharapkan dapat membangun atau menjadi pandangan bagi para pembaca maupun bagi penyusun-penyusun yang lain dalam hal ini mengembangkan penulisan dalam bentuk yang sama.