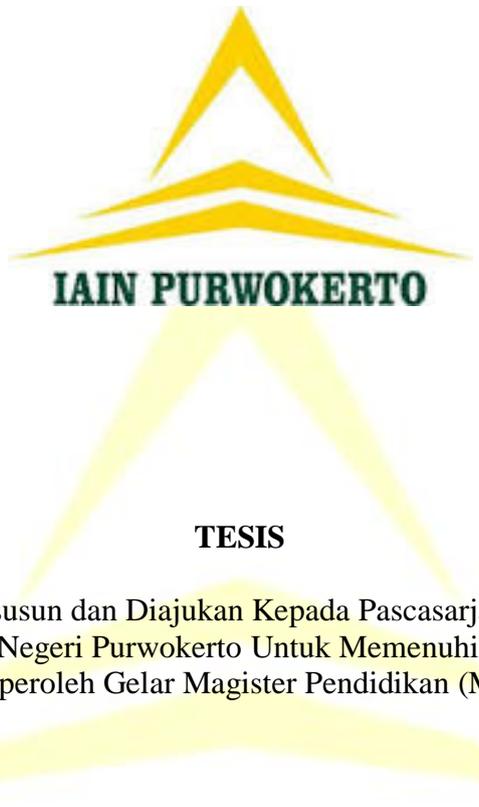


**IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS  
DI PONDOK PESANTREN ISLAM NURUL HUDA  
DAN PONDOK PESANTREN AN NAHL - KARANGREJA  
KABUPATEN PURBALINGGA**



**IAIN PURWOKERTO**

**TESIS**

Disusun dan Diajukan Kepada Pascasarjana  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)

**IAIN PURWOKERTO**  
**TUKIJAN**  
**NIM 1323402019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
2016**



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553  
Website : [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id), E-mail : [pps.iainpurwokerto@gmail.com](mailto:pps.iainpurwokerto@gmail.com)

**PENGESAHAN**

Nomor: 148 /In.17/D.Ps/PP.009/X/2016

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa.

Nama : Tukijan

NIM : 1323402019

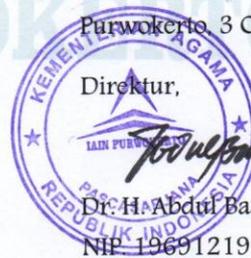
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul : "Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja Kabupaten Purbalingga"

yang telah disidangkan pada tanggal 9 September 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Pendidikan (M.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.

Purwokerto, 3 Oktober 2016

Direktur,



Dr. H. Abdul Basit, M. Ag.

NIP. 19691219 199803 1 001



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
PASCASARJANA

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553  
Website : [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id) E-mail : [pps.iainpurwokerto@gmail.com](mailto:pps.iainpurwokerto@gmail.com)

**PENGESAHAN HASIL VERIFIKASI TESIS**

Nama : Tukijan  
NIM : 1323402019  
Judul : Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam  
Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja –  
Kabupaten Purbalingga

No	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. H. Abdul Basit, M.Ag. NIP 19691219 199803 1 001		5/9/2017
2.	Dr. H. Sunhaji, M.Ag. NIP19681008 199403 1 001		5/9-2017
3.	Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd. NIP 19640916 199803 2 001		5/9-2017
4.	Dr. H. Rohmad, M.Pd. NIP 19661222 199103 1 002		5/9 2017
5.	Dr. H.M. Najib, M.Hum NIP 19570131 198603 1 002		5/9-17

Purwokerto, Juli 2016

Ketua Program Studi MPI

**Dr. H. Sunhaji, M.Ag.**

NIP. 19610081994031000

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth

Direktur Pascasarjana IAIN Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan koreksi serta perbaikan – perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa :

Nama : Tukijan

NIM : 1323402019

Program Studi : Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam  
Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja  
Kabupaten Purbalingga

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, September 2016

Pembimbing,



Dr. Tutuk Ningsih, M.Pd

NIP 19640916 199803 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul: **“Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga”** seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Purwokerto, September 2016

Yang Membuat Pernyataan



**IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS  
DI PONDOK PESANTREN ISLAM NURUL HUDA  
DAN PONDOK PESANTREN AN NAHL - KARANGREJA  
KABUPATEN PURBALINGGA**

TUKIJAN  
1323402019

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

**ABSTRAK**

Manajemen humas di pesantren memegang peranan penting dalam menunjang kemajuan pesantren. Manajemen humas tidak identik dengan kegiatan administratif surat – menyurat semata tetapi lebih luas yakni meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam praktiknya, manajemen humas di pesantren di tunjang oleh prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai Islami yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits yakni *ta'aruf, tarahum, tafahum, tasyawur, ta'awun, dan takaful* yang merupakan nilai – nilai yang hidup di pesantren dan menjadi tradisi pesantren dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Hanya saja nilai – nilai tersebut dibiarkan hidup alami, tidak dikemas dalam sebuah sistem sehingga dipedomani sebagai sebuah standar perilaku tertentu.

Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga merupakan dua pesantren yang menjadikan manajemen humas sebagai bagian penting dalam pengembangan pesantren dengan menyusun perencanaan, mengorganisasikan pelaksanaan, dan evaluasi secara periodik. Prinsip – prinsip Islam yakni nilai – nilai Islami yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits seperti *ta'aruf, tarahum, tafahum, tasyawur, ta'awun, dan takaful* diimplementasikan dalam manajemen humas sehingga menjadikan manajemen humas di pesantren tersebut khas yakni bersifat religius.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian dimaksudkan untuk mendeskripsikan manajemen humas di pesantren dimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dikaji dan dan dibahas dalam proses penelitian, direduksi, dianalisis sehingga mendapatkan kesimpulan dan diuji dengan uji *credibility* serta *transferability*. Perencanaan dikaji dari tahapan definisi masalah, merencanakan dan memprogram, aksi dan mengkomunikasikan, serta evaluasi. Pelaksanaan dikaji dari jadwal kegiatan, materi kegiatan, media komunikasi, tujuan dan sasaran kegiatan, sumber daya yang diperlukan, dan prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan. Evaluasi dikaji dari evaluasi persiapan, evaluasi dampak, dan evaluasi hasil.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga mengimplementasikan manajemen humas yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan mengangkat prinsip – prinsip Islam yaitu nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits antara lain *ta'aruf, tarahum, tafahum, tasyawur, ta'awun, dan tafakul* dalam kegiatan seperti *ta'aruf* (tabligh akbar, majalah, buletin), *tarahum* (santunan santri, kegiatan kesantrian OPPINDA, Gemapenta), *tafahum* (praktik dakwah lapangan, tata tertib, pengajian umum), *tasyawur* (seminar, rapat, diskusi), *ta'awun* (PHBI, panitia seminar, pelatihan, kerja sama antarlembaga), *takaful* (kerja bhakti bedah rumah, kegiatan sosial).

Kata Kunci : Manajemen Humas, Pesantren, Prinsip – Prinsip Islam

**IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT  
IN ISLAMIC BOARDING SCHOOL NURUL HUDA  
AND ISLAMIC BOARDING SCHOOL AN NAHL - KARANGREJA  
PURBALINGGA REGENCY**

TUKIJAN  
NIM :1323402019

Islamic Education Management Studies Program

**ABSTRACT**

Public relations management in Islamic boarding school plays an important role in supporting the progress of Islamic boarding school. Public relations management is not identical to the administrative activities of the letter - it is merely answering but rather broader that includes planning, implementation, and evaluation. In practice, public relations management in Islamic boarding school is supported by Islamic principles in the form of Islamic values derived from Al Qur'an and Al-Hadith namely *ta'aruf*, *tarahum*, *tafahum*, *tasyawur*, *ta'awun*, and *takaful* which are values that live in Islamic boarding school and become a tradition of Islamic boarding school in communicating and interacting. It's just that these values are left alive naturally, not packed in a system so it is guided as a certain standard of behavior.

Islamic Boarding School Nurul Huda and Islamic boarding school An Nahl - Karangreja Purbalingga Regency are two Islamic boarding school that make the management of public relations as an important part in the development of Islamic boarding school by planning, organizing the implementation, and evaluation periodically. The Islamic principles of Islamic values derived from the Qur'an and Al-Hadith such as *ta'aruf*, *tarahum*, *tafahum*, *tasyawur*, *ta'awun*, and *takaful* are implemented in public relations management so that the management of public relations in Islamic boarding school is characteristic that is religious.

This research is a qualitative research. The research is intended to describe the management of public relations in Islamic boarding school where planning, implementation, and evaluation are reviewed and discussed in the research process, reduced, analyzed to obtain conclusions and tested by credibility and transferability test. Planning is reviewed from the stages of problem definition, planning and programming, action and communicating, and evaluation. Implementation is reviewed from the schedule of activities, activity materials, communication media, objectives and targets of activities, required resources, and principles of Islam that underlies the activities. Evaluations are reviewed from the evaluation of preparation, impact evaluation, and evaluation of results.

The results showed that Islamic boarding school Nurul Huda and Islamic boarding school An Nahl - Karangreja Purbalingga Regency implements public relations management which includes planning, implementation, and evaluation by raising the principles of Islam namely the values derived from the Qur'an and Al Hadits between Other *ta'aruf*, *tarahum*, *tafahum*, *tasyawur*, *ta'awun*, and *tafakul* in activities such as *ta'aruf* (tabligh akbar, magazine, bulletin), *tarahum* (compensation of Islamic student, OPPINDA activities, Gemapenta activities), *tafahum* (practice of dakwah field, discipline, public meetings), *tasyawur* (seminars, meetings, discussions), *ta'awun* (PHBI, seminar committee, training, inter-institutional cooperation), *takaful* (bhakti house surgery, social activities).

Keywords: Public Relations Management, Pesantren, Islamic Principles

## TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	sa	š	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Ẓal	Ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi

ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
هـ	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

## 2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

## 3. Ta Marbutah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *Ta Marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

## 4. Vokal Pendek

/	<b>Fathah</b>	Ditulis	A
/	<b>Kasrah</b>	Ditulis	I
و	<b>d'ammah</b>	Ditulis	U

## 5. Vokal Panjang

1.	Fathah+alif	Ditulis	A
	جا هلية	Ditulis	<i>jahiliyah</i>
2.	Fathah+ya' mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	<i>taṅsa</i>
3.	Kasrah+ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>kārim</i>
4.	D'ammah+wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>fūrud</i>

## 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah+ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah+wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

## 7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata Sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

دوى الفروض	Ditulis	<i>zawi āl-furud</i>
الشمس	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



IAIN PURWOKERTO

## MOTTO

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

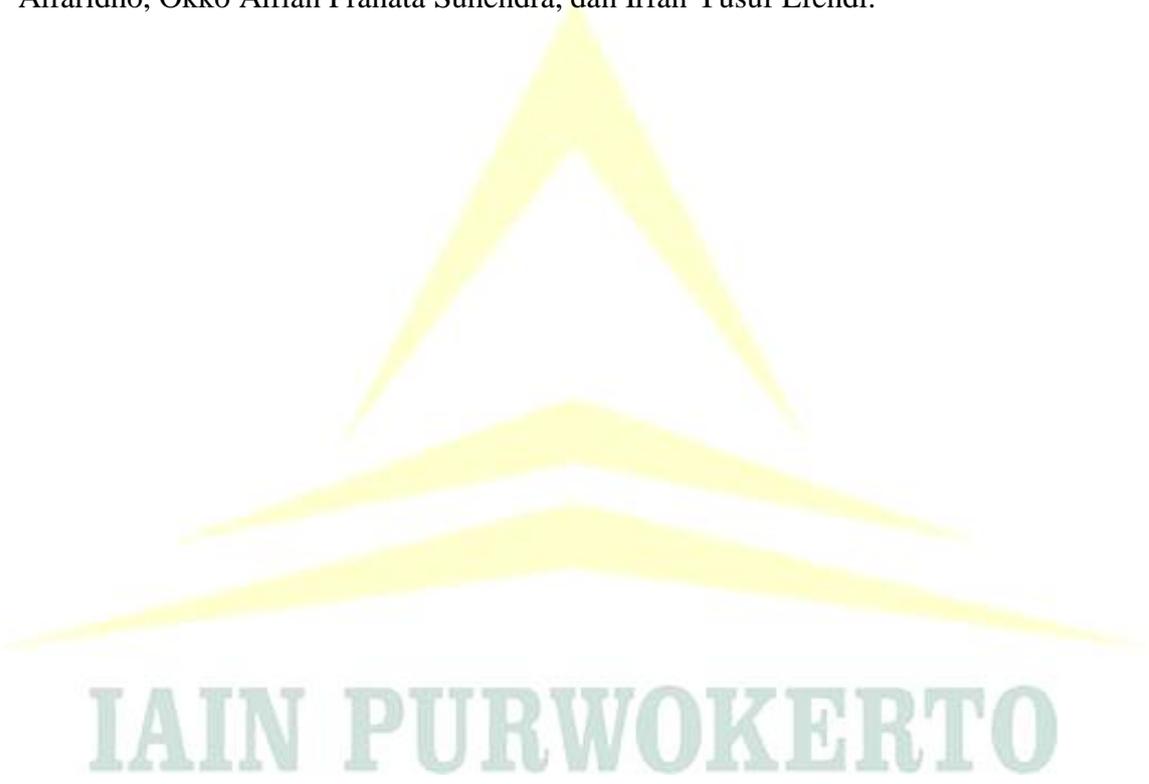
*“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat”* (HR. Bukhari)



## PERSEMBAHAN

Tesis ini, saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ahmad Sobari dan Ibunda Sutarmi
2. Eyangku sekalian yang selalu membimbingku selama ini
3. Saudara - saudaraku yang selalu mendukungku
4. Kemenakanku yang lucu - lucu yang selalu memberi energi buatku :  
Rico Firhan Fernandy, Rio Dicky Revano, Elfira Vina Firdhania, Alvin Johandy Alfaridho, Okko Alfian Pranata Suhendra, dan Irfan Yusuf Efendi.



IAIN PURWOKERTO

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. *Shalawat* dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para umatnya yang *istiqamah* pada sunah – sunahnya hingga akhir zaman.

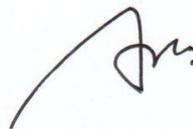
Penulis telah berusaha dengan sekuat tenaga dalam penulisan tesis ini yang berjudul “Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga”. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca penulis harapkan demi perbaikan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini penulis mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga dengan kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto;
2. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag, Direktur Pascasarjana IAIN Purwokerto;
3. Dr. H. Sunhaji, M.Ag, Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana IAIN Purwokerto;
4. Dr. Tutuk Ningsih, M.Pd, sebagai pembimbing yang dengan sabar dan tulus memberikan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
5. Segenap Dosen dan Karyawan Pascasarjana IAIN Purwokerto yang telah membantu dan memberikan pelayanan terbaik selama ini.
6. Ayah dan Ibuku tercinta, kemenakanku yang lucu – lucu, yang memberikan energi lebih di saat lelah : Rico Firhan Fernandy, Elfira Vina Firdhania, Rio Dicky Revano, Okko Alfian Pranata Suhendra, dan Irfan Yusuf Efendi.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam lembaran ini.

Akhirnya semoga Allah SWT selalu membimbing dan meridhai amal dan usaha kita. Aamiin.

Purwokerto, Juli 2017  
Penulis,



TUKIJAN

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN DIREKTUR.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
TRANSLITERASI.....	viii
MOTTO.....	xii
PERSEMBAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II MANAJEMEN HUMAS DI PESANTREN</b>	
A. Manajemen.....	9
1. Pengertian Manajemen.....	9
2. Manajemen dan Administrasi.....	13
3. Fungsi – Fungsi Manajemen.....	17
B. Hubungan Masyarakat.....	46

1. Pengertian Humas.....	46
2. Kualifikasi Profesi Humas.....	49
3. Fungsi Humas.....	88
4. Tujuan dan Sasaran Humas.....	90
5. Program Kerja dan Aktivitas Humas.....	92
6. Media Komunikasi Humas.....	96
7. Model dan Praktik Humas.....	96
C. Manajemen Humas.....	97
1. Pengertian Manajemen Humas.....	97
2. Fungsi dan Peran Manajemen Humas.....	100
3. Strategi dan Teknik Humas.....	103
D. Manajemen Humas di Pesantren.....	108
1. Pengertian Pesantren.....	108
2. Fungsi dan Sistem Pendidikan Pesantren.....	111
3. Komunikasi dan Sosialisasi Pesantren.....	114
4. Pengertian Manajemen Humas Berbasis Pesantren.....	116
5. Perencanaan Manajemen Humas Berbasis Pesantren.....	120
6. Implementasi Manajemen Berbasis Pesantren.....	122
7. Media dalam Aktivitas Manajemen Humas Berbasis Pesantren.....	128
8. Kerja sama dalam Manajemen Humas Berbasis Pesantren.....	132
9. Evaluasi Manajemen Humas Berbasis Pesantren.....	133
E. Hasil Penelitian yang Relevan.....	139
Kerangka Berpikir.....	142
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	145
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	145
C. Data dan Sumber Data.....	146
D. Teknik Pengumpulan Data.....	147
1. Observasi.....	148
2. Wawancara.....	150
3. Studi Dokumentasi.....	151
E. Teknik Analisis Data.....	152
1. Reduksi data.....	155

2. Display Data.....	156
3. Verivikasi.....	156
F. Uji Keabsahan Data.....	154
1. Uji Validitas Internal ( <i>Credibility</i> ).....	154
2. Uji Validitas Eksternal ( <i>Transferability</i> ).....	155
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Pondok Pesantren.....	156
1. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda.....	156
2. Pondok Pesantren An Nahl.....	162
B. Pembahasan.....	166
1. Perencanaan Manajemen Humas di Pesantren.....	166
2. Implementasi Manajemen Humas di Pesantren.....	180
3. Evaluasi Manajemen Humas di Pesantren.....	196
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	213
B. Saran – Saran.....	215
DAFTAR PUSTAKA	
PEDOMAN WAWANCARA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Formula Lasswell.....	55
Tabel 2	Hambatan dalam Komunikasi.....	58
Tabel 3	Pendekatan Negosiasi .....	63
Tabel 4	Kontak Kerjasama LPI dengan Masyarakat .....	131
Tabel 5	SOP Kebersihan Ruang Tamu PPI Nurul Huda .....	173
Tabel 6	Jadwal Kegiatan Humas PPI Nurul Huda.....	181
Tabel 7	Jadwal Kegiatan Harian Humas PP An Nahl.....	190
Tabel 8	Evaluasi Manajemen Humas PPI Nurul Huda.....	199
Tabel 9	Evaluasi Persiapan dan Implementasi PPI Nurul Huda .....	202
Tabel 10	Evaluasi Hasil Manajemen Humas .....	204
Tabel 11	Evaluasi Hasil Manajemen PPI Nurul Huda.....	205
Tabel 12	Kegiatan dan Realisasi Manajemen Humas.....	206
Tabel 13	Evaluasi Persiapan Manajemen Humas .....	210
Tabel 14	Evaluasi Implementasi Manajemen Humas.....	211
Tabel 15	Evaluasi Hasil Manajemen Humas PP An Nahl.....	212

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengkajian Tema Negosiasi .....	62
Gambar 2 Strategi Humas Organisasi/Lembaga .....	68
Gambar 3 Hubungan Antara Sistem Terbuka dengan Lingkungan .....	128
Gambar 4 Laporan Berkala Pekerjaan Humas .....	134
Gambar 5 Langkah Umum Pemantauan dan Pengendalian Humas .....	136
Gambar 6 Konsep Manajemen Humas .....	144



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Peradaban dunia kian maju dengan ditandai oleh era informasi yang menuntut mobilitas informasi yang cepat dan akurat. Arus informasi yang deras baik yang bersifat positif maupun negatif mewarnai berbagai lini kehidupan baik personal maupun kelembagaan. Persaingan menjadi tak terelakkan untuk mencapai target dan kepentingan masing – masing. Di sisi lain dengan derasnya arus informasi, masyarakat semakin menyadari hak – haknya terhadap berbagai layanan berkualitas yang dibutuhkannya dan mencari berbagai pilihan yang tersedia. Kemudahan, kecepatan, kepuasan, dan nilai – nilai plus lainnya menjadi kebutuhan yang dicari melalui berbagai kanal informasi yang tersedia.

Pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan Islam *indigenous* Indonesia tidak bisa bersikap apatis terhadap fenomena dunia saat ini dimana teknologi informasi dan komunikasi telah merambah semua lapisan masyarakat. Pesantren perlu bebenah dengan mengimplementasikan manajemen humas dalam memperkenalkan profil, visi – misi, program, dan kegiatan yang menjadi rutinitasnya secara kontinyu dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi baik konvensional seperti *special events* yang meliputi pertemuan, rapat, *open house*, seminar, penerbitan, bazar, kegiatan sosial maupun modern dengan memanfaatkan internet (situs web, blog, media sosial dan lainnya).

Citra pesantren perlu ditingkatkan dengan melakukan reposisi dalam layanan humasnya. Manajemen humas hendaknya dirancang dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi secara periodik. Perencanaan seharusnya menggambarkan program yang akan dilaksanakan untuk periode waktu tertentu dalam menjawab tantangan zaman berupa kondisi masyarakat yang semakin cerdas dan memiliki banyak pilihan akses

informasi sehingga perlu mendapat respons yang proporsional pesantren dengan memberikan layanan yang mudah, cepat, menarik, dan praktis terhadap informasi yang dibutuhkannya. Perencanaan memuat definisi masalah, merencanakan dan memprogram, aksi dan mengkomunikasikan, serta evaluasi. Dalam tahapan pelaksanaan, manajemen humas di pesantren perlu menyusun *frame of work* seperti menjadwalkan kegiatan, menyusun materi kegiatan, media komunikasi yang digunakan, tujuan dan sasaran kegiatan, sumber daya yang diperlukan, dan prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan. Sedangkan evaluasi perlu menyeluruh yang meliputi evaluasi persiapan, evaluasi dampak, dan evaluasi hasil.

Implementasi manajemen humas di pesantren merupakan praktik manajemen humas yang seyogyanya berlandaskan prinsip – prinsip Islam berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits. Secara kelembagaan sebenarnya pesantren dikenal sarat dengan nilai – nilai Islami. Namun nilai – nilai Islami tersebut perlu dikemas dan diimplementasikan dalam implementasi manajemen humas di pesantren, diorganisasikan secara terpadu antara perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta dirumuskan dalam program kegiatan dengan memanfaatkan media komunikasi yang tersedia secara baik. Baik dapat diartikan teratur, konsisten, dan kontinyu.

Manajemen humas sering diasumsikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas verbal monolog semata seperti pidato atau aktivitas yang terkait dengan surat – menyurat. Manajemen humas seharusnya dapat memainkan peran lebih luas baik peran terhadap publik internal (dalam lembaga) maupun peran terhadap publik eksternal (luar lembaga) dalam mensosialisasikan profil, visi – misi, program, dan kegiatan yang menjadi rutinitasnya yang perlu dikomunikasikan atau dipublikasikan.

Pada umumnya lembaga/institusi termasuk pesantren tidak memandang penting implementasi manajemen humas sehingga memposisikan humas sebagai pelengkap semata sehingga perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi hanya sekadarnya. Berpijak dari pandangan yang skeptis tersebut implikasinya pemanfaatan media komunikasi humas yang memadai dan berlandaskan prinsip – prinsip Islam berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an serta Al Hadits menjadi terabaikan.

Pemilihan media komunikasi humas yang tepat erat kaitannya dengan keberhasilan informasi yang akan disampaikan kepada publik dan perencanaan di awal periode sehingga pelaksanaan berjalan lancar dan runtut sesuai *time schedule* hingga evaluasinya.. Diversifikasi media komunikasi humas menjadi penting untuk menarik perhatian publik dan disini dituntut kreativitas praktisi humas sebagai bagian penting dalam struktur organisasi pesantren dalam mendesain kegiatan dan mendokumentasikannya sehingga posisinya bukanlah pelengkap struktur organisasi semata.

Nilai Islami pesantren yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits seperti *ta'aruf* (saling berkenalan), *tarahum* (saling mengasihi), *tafahum* (saling memahami), *tasyawur* (saling bermusyawarah), *ta'awun* (saling kerja sama), *takaful* (saling menanggung) kurang mendapat perhatian pesantren dalam implementasinya karena terkesan hal yang biasa sehingga perlu adanya integrasi dalam perencanaan manajemen humas di pesantren sehingga keberlangsungan dalam pelaksanaan menjadi lancar dan tertib serta memungkinkan adanya evaluasi.

Peran humas sebagai penyedia layanan informasi secara implisit terdapat dalam Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008<sup>1</sup> tentang Keterbukaan Informasi Publik dalam pasal 1 ayat 1 disebutkan :

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda - tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.

---

<sup>1</sup> <http://kipjateng.co.cc>, Diakses tanggal 29 April 2017 Pukul 20.00 WIB

Mengenai tugas dan kegiatan humas disebutkan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 35 Tahun 2014<sup>2</sup> tentang Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat dalam pasal 1 ayat 2 disebutkan : “Hubungan masyarakat yang selanjutnya disebut humas adalah usaha yang sengaja dilakukan dan direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara institusi dengan publiknya”.

Dengan demikian kegiatan humas adalah kegiatan yang memiliki *point* penting pada manajemen informasi yang dikemas dengan memperhatikan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan memanfaatkan media komunikasi yang tersedia dengan kegiatan yang direncanakan dan berkesinambungan dalam mewujudkan niat baik dan saling pengertian terhadap publiknya.

Implementasi manajemen humas di pesantren esensinya hampir sama dengan humas lembaga Islam lainnya yakni mendesain aktivitas humas dengan landasan nilai – nilai Al Qur’an dan Al Hadits dan bermuara pada tujuan menyampaikan informasi yang benar, menyejukkan, dan memberikan manfaat kepada komunikan/audiens<sup>3</sup>. Jika tujuan tersebut di atas dapat diwujudkan maka dampaknya menurut Rosady Ruslan<sup>4</sup> *good image* (citra positif), *goodwill* (kemauan baik), *mutual appreciation* (saling menghargai), *mutual understanding* (saling pengertian), dan *tolerance* (toleransi).

Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga merupakan dua pesantren yang sedang berkembang dan mendapat perhatian masyarakat sekitarnya karena peran manajemen humas pesantren. Acara – acara besar dengan menghadirkan tokoh kaliber nasional dan daerah, kegiatan bhakti masyarakat yang

---

<sup>2</sup> Kementerian Hukum dan HAM RI, *Permenkominfo* Nomor 35 Tahun 2014 (Jakarta : Permenkominfo, Cet. I, 2014), 2

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta ; Andi, Cet. V, 2003), 45 - 46

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, ( Jakarta : RajaGrafindo Persada, Cet. XIII, 2016), 147

beragam, kerja sama lintas lembaga, publikasi melalui internet dan media konvensional, *special events*, dan prestasi santri merupakan daya tarik yang besar bagi masyarakat (publik eksternal)<sup>5</sup>.

Sedang konsolidasi dan sosialisasi yang intens pada publik internal tentang berbagai program, visi – misi, dan kegiatan pesantren menghasilkan peningkatan soliditas pesantren dalam kiprahnya sehingga semakin menumbuhkan kepercayaan publik karena citra positif yang berhasil dibangun pesantren.

Manajemen humas pesantren memainkan peran mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi secara konsisten dan kontinyu sehingga mendorong akselerasi perkembangan pesantren yang menunjukkan trend meningkat.

Berdasarkan fakta – fakta tersebut maka peneliti menganggap bahwa Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga layak untuk diteliti dan peneliti mengangkat judul “ **Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian pada penelitian berjudul “Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga” adalah proses manajemen humas pesantren dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terkait pemanfaatan media komunikasi humas.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian di atas, penulis menyusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

---

<sup>5</sup> 1. Dokumentasi Humas Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja  
2. Dokumentasi Humas Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

bagaimana implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab – sebab atau hal yang yang mempengaruhi terjadinya sesuatu<sup>6</sup>. Penelitian dilakukan untuk menemukan data yang kemudian diolah menjadi informasi.

Adapun tujuan penelitian penulis berdasarkan latar belakang masalah di atas untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang implementasi manajemen berbasis pesantren yaitu : untuk mengetahui implementasi manajemen humas dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya di Pondok Pesantren Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian tentang implementasi manajemen humas berbasis pesantren ini penulis harapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat pada :

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi khazanah ilmu pengetahuan yang menyangkut implementasi manajemen humas pesantren.
- b. Penulis harapkan dapat berkontribusi dalam pemikiran terkait implementasi manajemen humas pesantren di Kabupaten Purbalingga khususnya dan daerah lain pada umumnya.
- c. Bagi praktisi dan pemerintah dapat dijadikan rujukan pengembangan implementasi manajemen humas pesantren di Kabupaten Purbalingga khususnya dan daerah lain pada umunya.

---

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Yogyakarta : Rineka Cipta, Cet. XV,2013),

## 2. Manfaat Praktis

- a. Dapat dimanfaatkan dalam pengembangan manajemen humas bagi Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja.
- b. Dapat dijadikan sumber informasi berbagai pihak yang memerlukan seperti Seksi Pendidikan Keagamaan dan Pondok Pesantren Kementerian Agama Kabupaten Purbalingga dan yang lainnya.
- c. Dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian sejenis khususnya di Kabupaten Purbalingga dan umumnya di daerah lainnya.

## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk menyusun tesis secara kronologis dan sistematis penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

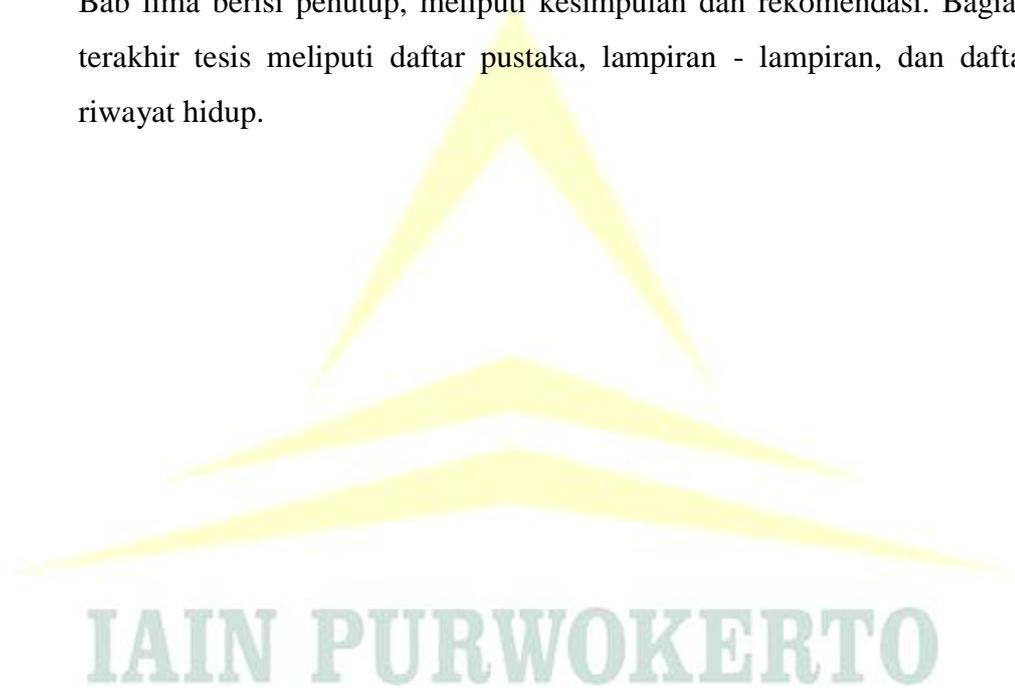
Bab satu berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah berupa pokok – pokok pikiran penulis terkait masalah penelitian, fokus penelitian berisi tema spesifik kajian penelitian, rumusan masalah berisi pertanyaan – pertanyaan pokok fokus penelitian, tujuan penelitian berupa deskripsi jawaban atas rumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab dua berisi kerangka teori meliputi manajemen yang dijabarkan dalam pengertian manajemen, manajemen dan administrasi, fungsi – fungsi manajemen. Humas dijabarkan dalam pengertian humas dan kualifikasi profesi humas. Manajemen humas pesantren diuraikan dalam pengertian pesantren, fungsi dan sistem pendidikan pesantren, pengertian manajemen humas pesantren, perencanaan manajemen humas pesantren, media dan aktivitas manajemen humas pesantren, dan evaluasi manajemen humas pesantren. Hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berfikir.

Bab tiga berisi metode penelitian meliputi waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab empat berisi bagian pertama profil Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga yang berisi sejarah berdirinya. Pada bagian kedua berisi pembahasan implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga berupa penyajian data sekaligus analisisnya.

Bab lima berisi penutup, meliputi kesimpulan dan rekomendasi. Bagian terakhir tesis meliputi daftar pustaka, lampiran - lampiran, dan daftar riwayat hidup.



## BAB II

### MANAJEMEN HUMAS

#### A. Manajemen

##### 1. Pengertian Manajemen

Pada dasarnya manajemen adalah pusat kekuatan berpikir (*think thank*) yang berfungsi sebagai mesin penggerak, alat yang aktif dan efektif untuk mengatur unsur – unsur pembentuk sistem sehingga terorganisasi dan bekerja efektif dan efisien untuk tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat banyak definisi tentang manajemen yang disampaikan pakar manajemen. Persamaan dan perbedaan masing – masing pendapat disebabkan sudut pandang dan latar belakang keilmuan yang dimiliki oleh para pakar tersebut akan tetapi tidak keluar dari substansi manajemen pada umumnya yaitu usaha untuk mengatur seluruh sumber daya untuk mencapai tujuan.

Secara etimologis<sup>1</sup> kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris *to manage* yang berarti mengurus, mengatur, mengendalikan, mengelola, menyelenggarakan, melaksanakan, dan memimpin. *Manage* sendiri berasal dari Bahasa Italia *managgio* dan *managgio* berasal dari kata *managiare*. Dengan demikian kata *management* berasal dari Bahasa Latin yaitu *mano* yang berarti tangan, menjadi *manus* yang berarti bekerja berkali – kali dengan menggunakan tangan, ditambah imbuhan *agere* berarti melakukan sesuatu, kemudian menjadi *managiare* berarti melakukan sesuatu berkali - kali dengan menggunakan tangan.

Kata *managio* dalam Bahasa Italia pada mulanya merujuk pada pengertian pelatihan kuda tunggangan agar kuda tersebut melakukan apa yang diperintahkan pelatuhnya. Dengan demikian kata *managgio* yang yang diserap dalam Bahasa Inggris *manage* merujuk pada pengertian pertunjukan permainan kuda sebagaimana dalam sirkus –

---

<sup>1</sup> Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 23

sirkus pertunjukan yang tidak lepas dari atraksi kuda dan jokinya yang indah dan menarik karena peran dan tanggung jawab pelatihnya.

Pada perkembangan selanjutnya kata manajemen digunakan hampir di seluruh lini kehidupan yang diorganisasikan baik oleh masyarakat maupun pemerintah seperti lembaga swadaya masyarakat, lembaga sosial kemasyarakatan dan keagamaan, lembaga pemerintahan hingga lembaga bisnis.

Secara terminologis pengertian manajemen telah disampaikan oleh para pakar manajemen. Pengertian yang disampaikan bervariasi dikarenakan sudut pandang dan latar belakang keilmuan masing – masing tetapi tidak berbeda secara substantif. Dari berbagai pengertian manajemen dapat dikelompokkan menjadi tujuh sudut pandang yaitu :

a. Manajemen sebagai alat atau cara (*means*)

Millon Brown mendefinisikan manajemen “*Management mean the effective use of people, money, equipment, material, and method to accomplish a specific objective*”<sup>2</sup> yang berarti manajemen adalah alat atau cara untuk menggunakan orang – orang, uang, perlengkapan, bahan - bahan, dan metode secara efektif untuk mencapai tujuan.

b. Manajemen sebagai daya kekuatan (*force*)

Albert Lepawsky berpendapat “*Management is the force which leads, guide, and directs an organization in the accomplishment of predetermined objective*”<sup>3</sup> yang berarti manajemen adalah tenaga atau kekuatan yang memimpin, yang memberi petunjuk, dan mengarahkan suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Earl F. Lundgren mengatakan :

---

<sup>2</sup> Millon Brown, *Effective Work of Management*, (New York : The Macmillan Company 1960) dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 25

<sup>3</sup> Millon Brown, *Effective Work.....*, 25

*Management is the force that through decision making based on knowledge and understanding, interrelates, via appropriate linking processes all the element of the organizational system in the manner designed to achieve the organizational objective*<sup>4</sup>

Menurut Lundgren manajemen adalah sebuah kekuatan melalui pembuatan keputusan yang didasari pengetahuan dan pengertian yang saling terkait dan terpadu melalui lingkungan proses yang tepat dari semua unsur sistem organisasi dalam suatu cara yang didesain untuk mencapai tujuan organisasi.

c. Manajemen sebagai sistem

Sanusi mengartikan manajemen sebagai “*Management is the system of cooperative human behavior directed toward a certain through continuous efforts of rational action*” yang berarti sistem tingkah laku manusia yang kooperatif yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu melalui tindakan – tindakan rasional yang dilakukan secara terus – menerus.

d. Manajemen sebagai proses

George R. Terry menyebutkan “*Management is distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determined and accomplish stated objective by the use of human being and other resources*”<sup>5</sup> yang berarti manajemen adalah suatu proses yang khas terdiri dari tindakan – tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran – sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber – sumber lain.

Dengan redaksi yang berbeda H.R. Lingt dan Allen Louis menjelaskan “*Management is the body of knowledge about managing. Managing the process of planning, organizing,*

---

<sup>4</sup> Millon Brown, *Effective Work*....., 25

<sup>5</sup> Millon Brown, *Effective Work*....., 26

*directing, coordinating, controlling, materials, machine and money so as secure the optimum achievement*”<sup>6</sup>

Menurut H.R. Lingt dan Allen Louis manajemen adalah kerangka pengetahuan tentang kepemimpinan. Kepemimpinan adalah proses pengorganisasian, pengendalian material, mesin – mesin, dan uang untuk mencapai tujuan secara optimal.

Dalam pandangan Miller seperti dikutip Sufyarma<sup>7</sup> manajemen adalah “*Management is the process of directing and facilitating the work of people organized in formal group to achieve desired goal*” yang berarti manajemen adalah seluruh proses kegiatan dan memanfaatkan orang – orang (sumber daya) dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

e. Manajemen sebagai fungsi

William Spriegel berpendapat “*Management is that function of in interprise which concerns with the direction and control of the various activities to attain the business objectives*”<sup>8</sup> yang artinya manajemen sebagai kegiatan perusahaan yang mestinya dapat diterapkan bagi kegiatan nonperusahaan yang berupa pemberian pengarahan dan pengendalian bermacam – macam kegiatan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

f. Manajemen sebagai tugas

Vernon A. Musselman mendefinisikan manajemen dikutip Maman Ukas<sup>9</sup> “*Management is as the task of planning, organizing, and staffing and controlling the work of order to achieve one or more objectives*” yang berarti manajemen sebagai tugas dari

---

<sup>6</sup> H.R. Lingt dan Allen Louis, *Professional Management*, (1975) dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 26

<sup>7</sup> Sufyarma, *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*, (Jakarta : Alfabeta, 2004), 189 dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), Hal. 27

<sup>8</sup> Ibnu Syamsi, *Pokok – Pokok Organisasi dan Manajemen*, ( Jakarta : Remaja Rosdakarya, 1994), 59 dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet I, 2013), 27

<sup>9</sup> Maman Ukas, *Manajemen : Konsep, Prinsip, dan Aplikasi*, (Bandung : Ossa Promo, 1999), 13 dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 28

perencanaan, pengorganisasian dan penstafan dan pengawasan pekerjaan yang lainnya agar mencapai satu atau lebih tujuan.

g. Manajemen sebagai aktivitas atau usaha

H. Koontz dan Donnel<sup>10</sup> berpendapat “*Management is getting things done through the efforts other people*” yang berarti manajemen adalah usaha mendapatkan sesuatu melalui kegiatan orang lain. Terkait manajemen sebagai tugas, pendapat yang lebih terinci disampaikan oleh R.W. Morrel yakni “*Management is that activity in the organization and the deciding upon the ends of the organization and deciding upon the means by which the goals are to be affectively reached*”<sup>11</sup> yang berarti manajemen adalah kegiatan di dalam sebuah organisasi dan penetapan tujuan organisasi serta penetapan penggunaan alat – alat dengan tujuan mencapai tujuan yang efektif.

Dari berbagai definisi terminologis manajemen yang disampaikan para pakar dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah cara yang digunakan pimpinan yang tersistem dalam proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang berfungsi mencapai tujuan yang merupakan tugas dalam aktivitas usaha/operasional.

2. Manajemen dan Administrasi

Manajemen dan administrasi menjadi dua istilah yang di satu sisi sering dipersepsikan sama dan di sisi lain dipertukarkan tanpa batasan makna yang jelas. *Overlapping* penggunaan kedua istilah ini menimbulkan kerancuan makna di tengah masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari munculnya buku yang ditulis oleh Frederick W. Taylor “*The Principle of Scientific Management*” tahun 1911 di Amerika dan

---

<sup>10</sup> Harold Koontz dan Cyril O’Donnel, *Principle of Management An Analysis of managerial Function*, (Tokyo : McGraw Hill Kogakusha, 1972) dalam Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 28

<sup>11</sup> R. W. Morrel, *Management : Ends and Means*, san Francisco : Chandler Publishing, 1969) dalam Didin Kurniadin dan Imam machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 28

buku Henry Fayol “*Administration Industrielle et Generale*” tahun 1916 di Prancis. Dalam pandangan Frederick W. Taylor kegiatan kerja sama manusia dalam organisasi disebut manajemen sedang dalam kajian Henry Fayol usaha dan kerja sama manusia dalam organisasi untuk mencapai tujuan disebut administrasi. Terlebih kemudian buku karya Henry Fayol diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris menjadi “*General and Industrial Management*” maka penggunaan istilah manajemen dan administrasi menjadi kelihatan tidak ada bedanya.

Dalam sejarahnya terdapat dua aliran besar yang memosisikan diri sebagai aliran kontinental di Eropa Utara yang berpendapat bahwa manajemen merupakan bagian dari rumpun ilmu ekonomi perusahaan dan tidak merupakan ilmu yang berdiri sendiri. Manajemen adalah inti organisasi perusahaan sebab tugas manajemen dan organisasinya sangat ditentukan oleh tujuan. Manajemen<sup>12</sup> adalah alat pelaksana administrasi atau dengan kata lain manajemen adalah inti administrasi. Aliran kontinental berpendapat bahwa seorang pemimpin tidak bisa dibentuk tetapi dilahirkan sedangkan manajemen merupakan seni dan bukan ilmu. Bertolak belakang dengan aliran kontinental, aliran Anglo Saxon di Amerika berpendapat bahwa manajemen adalah sebuah disiplin ilmu yang terus berkembang menuju kemandirian ilmu dan menjadi disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Aliran ini mengakui bahwa manajemen memang berkaitan erat dengan disiplin ilmu lain yang telah mapan sebelumnya. Dikarenakan hal tersebut maka menurut aliran ini maka manajemen harus mengembangkan diri melalui berbagai pendekatan (*integrated – interdiscipliner*) dengan ilmu lain. Kepemimpinan dalam pandangan aliran ini ditegaskan bahwa pemimpin tidak dilahirkan atau bakat melainkan dibentuk dengan seperangkat ilmu dan pengalaman kepemimpinan, sedangkan manajemen adalah ilmu yang dapat dipelajari karena tersusun

---

<sup>12</sup> Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar Manajemen*, (Kebumen : Mediatara, Cet. I,2005), 4

sistematis, mempunyai objek kajian, mempunyai metode, dan pendekatan.

Secara etimologis administrasi berasal dari bahasa Inggris “*administer*” yaitu kombinasi dari bahasa Latin “*ad*” dan “*ministrare*” yang berarti “*to serve*” yang berarti melayani, membantu, dan memenuhi. Kata “*administratio*” dan “*administrativus*” diserap dalam bahasa Inggris menjadi “*administration*” dan diserap dalam bahasa Indonesia menjadi administrasi. Selain itu di Indonesia dikenal istilah “*administratie*” yang berasal dari bahasa Belanda yang pengertiannya lebih sempit yaitu aktivitas ketatausahaan.

Menurut John M. Pfiffner<sup>13</sup> administrasi adalah suatu kegiatan proses terutama mengenai cara – cara (alat – alat) sarana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Administrasi juga dapat dirumuskan sebagai pengorganisasian dan pengarahan sumber daya manusia dan materi untuk mencapai tujuan. Pfiffner membedakan adanya dua fungsi dalam organisasi yakni fungsi lini dan fungsi staf. Unsur staf meliputi staf umum (*general staff*), staf teknis (*technical staff*), dan staf urusan rumah tangga (*auxiliary staff*). *General staff* adalah staf yang paling dekat dengan pejabat lini yang ada pada tiap tingkatan hierarki organisasi. *General staff* bertugas membantu pejabat lini dalam menggariskan kebijakan dengan jalan mencari keterangan – keterangan atau data peraturan, literatur, dan lainnya kemudian menganalisa bahan dan menyimpulkannya. Kemudian tindakan diambil berdasarkan kesimpulan tersebut. *Technical staff* bertugas membantu pejabat lini dalam bidang teknis seperti saran – saran perumusan tentang bagaimana kebijakan dijalankan, *manpower* yang dibutuhkan, dan metode kerja yang diperlukan agar pekerjaan efektif dan efisien. *Auxiliary staff* bertugas menganggarkan biaya,

---

<sup>13</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung : Alfabeta, Cet. VII, 2013), 24

menyediakan pekerja, alat tulis – menulis, dan alat perlengkapan lain yang diperlukan.

Ordway Tead<sup>14</sup> menjelaskan bahwa administrasi adalah usaha yang luas mencakup segala bidang untuk memimpin, mengusahakan, mengatur kegiatan kerja sama manusia yang ditujukan pada tujuan – tujuan dan maksud tertentu. Tead menyoroti pada rasa kepuasan dan kenyamanan suasana hati bawahan terhadap pemimpin. Kepemimpinan adalah segala bentuk kegiatan mempengaruhi orang lain sehingga terwujud soliditas dan mendorong terciptanya kerja sama dalam mencapai tujuan. .

Sondang P. Siagian<sup>15</sup> berpendapat bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan pada rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Definisi tersebut dapat diperjelas bahwa :

- a. Administrasi sebagai seni adalah suatu proses yang hanya diketahui permulaannya sedang akhirnya tidak ada, administrasi sebagai seni merupakan *social phenomenon*.
- b. Administrasi mempunyai unsur – unsur tertentu yaitu adanya dua orang atau lebih, adanya tugas – tugas yang harus dilaksanakan, adanya alat, dan perlengkapan.
- c. Administrasi sebagai proses kerja sama bukan merupakan hal yang baru karena telah dimulai seiring timbulnya peradaban manusia.

The Liang Gie<sup>16</sup> berpendapat bahwa administrasi adalah serangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan – pekerjaan induk dan sumber – sumber kegiatan lainnya yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan apa pun dalam usaha bersama sekelompok orang. Kegiatan penataan terdiri dari mengatur, mengurus, memimpin, mengendalikan, menyusun, dan perbuatan sejenis terhadap pekerjaan –

---

<sup>14</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan*....., 24

<sup>15</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan* ..... , 26

<sup>16</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan* ..... , 26

pekerjaan induk dan sumber – sumber lainnya untuk mencapai tujuan. Sebagian kegiatan penataan berupa pencatatan keterangan atau tata usaha.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa administrasi adalah serangkaian usaha bersama sekelompok orang secara sistematis untuk menjalankan roda suatu usaha atau tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Sedangkan manajemen adalah orang yang menangani kegiatan administrasi tersebut yaitu perbuatan yang menggerakkan orang dan segala fasilitas agar tujuan tercapai.

### 3. Fungsi – Fungsi Manajemen

Aktivitas manajemen mencakup spektrum yang luas dimulai dari penetapan tujuan, mengorganisasikan kegiatan, mendorong kerja sama antarsesama anggota, dan mengawasi kegiatan. Menurut Harold Koontz dan Heinz Weihrich bahwa ada lima fungsi manajemen yaitu :

*To understand management, it is imperative that we break it down into five managerial functions, namely; planning, organizing, staffing, leading, and controlling. Planning involves selecting missions and objectives and the actions to achieve them. It requires decision-making – i.e., choosing future courses of action from among alternatives. Plans range from overall purposes and objectives to the most detailed actions to be taken. No real plan exists until a decision – a commitment of human and material resources – has been made. In other words, before a decision is made, all that exists is planning study, analysis, or a proposal; there is no real plan. People working together in groups to achieve some goal must have roles to play. Generally, these roles have to be defined and structured by someone who wants to make sure that people contribute in a specific way to group effort. Organizing, therefore, is that part of management that involves establishing an intentional structure of roles for people to fill in an organization. Intentional in that all tasks necessary to accomplish goals are assigned and assigned to people who can do them best. Indeed, the purpose of an organizational structure is to help in creating an environment for human performance. However, designing an organizational structure is not an easy managerial task because many problems are encountered in making structures fit situations, including both defining the kind of jobs that must be done and finding the people to do them. Staffing involves filling, and keeping filled, the positions in the organization structure. This is done by identifying work-force requirements; inventorying the people*

*available; and recruiting, selecting, placing, promoting, appraising, planning the careers of, compensating, and training or otherwise developing both candidates and current jobholders to accomplish their tasks effectively and efficiently. Leading is the influencing of people so that they will contribute to organization and group goals; it has to do predominantly with the interpersonal aspect of managing. Most important problems to managers arise from people – their desires and attitudes, their behavior as individuals and in groups. Hence, effective managers need to be effective leaders. Leading involves motivation, leadership styles and approaches and communication.*

*Controlling, for example, budget for expense, is the measuring and correcting of activities of subordinates to ensure that events conform to plans. It measures performance against goals and plans, shows where negative deviations exist, and, by putting in motion actions to correct deviations, helps ensure accomplishment of plans. Although planning must precede controlling, plans are not self-achieving. Plans guide managers in the use of resources to accomplish specific goals; then activities are checked to determine whether they conform to the plans. Compelling events to conform to plans means locating the persons who are responsible for results that differ from planned action and then taking the necessary steps to improve performance. Thus, controlling what people do controls organizational outcomes<sup>17</sup>.*

George R. Terry berpendapat bahwa fungsi – fungsi manajemen meliputi :

a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah organisasi baik lembaga pemerintah maupun swasta, baik lembaga pendidikan maupun nonpendidikan. Pesantren adalah salah satu lembaga pendidikan yang perlu mengimplementasikan perencanaan dalam menjalankan aktivitas rutin baik harian, bulanan, maupun tahunan. Tanpa perencanaan roda kepesantrenan dan perkembangannya akan terhambat dan dimungkinkan stagnan atau bahkan mengalami *entropy* karena perencanaan merupakan langkah awal yang merupakan *blue print* untuk menentukan arah pesantren selama periode tertentu terkait tujuan yang akan dicapai.

---

<sup>17</sup>Harold Koontz and Heinz Weihrich , *Essentials of Management*, (San Francisco : McGraw-Hill,1990, Fifth Edition) on Yasin Olum, *Modern Management Theories and Practices*, (Kampala : Makarere University, 2004), Hal. 4 - 6

Dinamika masyarakat yang kompleks menuntut organisasi untuk senantiasa beradaptasi pada tuntutan perubahan melalui perencanaan. Tanpa perencanaan sebuah sistem tidak akan dapat berubah dan menyesuaikan diri dengan kekuatan – kekuatan lingkungan yang berbeda. Dalam sistem terbuka, perubahan dalam sistem akan terjadi bila lingkungan menghendaki. Suatu keseimbangan baru perlu diciptakan dalam organisasi dan ini sangat tergantung pada rasionalitas pembuat keputusan. Pengambilan keputusan yang tepat merupakan wahana untuk perubahan inovasi dan kesanggupan beradaptasi yang dijabarkan dalam perencanaan yang tepat. Terkait pengambilan keputusan yang berguna dalam perencanaan, ada beberapa model pengambilan keputusan yaitu :

1) Model Mintzberg, Drucker, dan Simon

Mintzberg<sup>18</sup> menjelaskan tiga tahap dalam pengambilan keputusan yaitu tahap identifikasi, tahap pengembangan, dan tahap pemilihan.

Drucker<sup>19</sup> ahli pemimpin organisasi berpendapat bahwa ada enam langkah dalam pengambilan keputusan yaitu mendefinisikan masalah, menganalisis masalah, mengembangkan alternatif pemecahan masalah, memutuskan satu pemecahan masalah terbaik, merencanakan tindakan yang efektif, dan memantau serta menilai hasilnya.

Simon<sup>20</sup> pemenang Nobel teori pengambilan keputusan menjelaskan proses pengambilan keputusan meliputi tiga hal yaitu kegiatan intelijen, kegiatan desain, dan kegiatan pemilihan.

2) Model pengambilan keputusan rasional

---

<sup>18</sup> Daryanto, *Kepala Sekolah sebagai Pemimpin Pembelajaran*, (Yogyakarta : Gava Media, Cet. I, 2011), Hal. 119

<sup>19</sup> Daryanto, *Kepala Sekolah.....*, 119

<sup>20</sup> Daryanto, *Kepala Sekolah .....*, 119

Keputusan dapat dibedakan menjadi dua yaitu keputusan terprogram (*structured*) dan keputusan tidak terprogram (*unstructured*). Keputusan terprogram adalah keputusan yang selalu diulang kembali seperti keputusan seleksi guru/*ustadz*, keputusan kenaikan tunjangan, keputusan kerja sama dengan masyarakat melalui PHBI dan PHBN dan sebagainya. Adapun keputusan tidak terprogram adalah keputusan yang diambil dalam situasi rumit atau baru seperti keputusan rekrutmen tenaga penterjemah bahasa asing karena lingkungan pesantren dijadikan proyek kerja sama dengan lembaga asing, keputusan merobohkan gedung yang rusak parah karena bencana dan sebagainya.

3) Model pengambilan keputusan klasik

Model keputusan klasik didasari asumsi bahwa keputusan merupakan proses rasional dimana keputusan diambil dari salah satu alternatif yang terbaik. Model pengambilan keputusan - keputusan klasik didasarkan konsep rasionalitas lengkap (*complete rationality*). Proses pengambilan keputusan terbagi atas enam langkah logis yaitu identifikasi masalah, menentukan alternatif, menilai alternatif, memilih alternatif, menerapkan alternatif, dan menilai keputusan.

4) Model pengambilan keputusan perilaku

Model ini didasarkan pada sejauh mana keputusan itu dapat memberikan kepuasan. Model pengambilan keputusan ini juga mempertimbangkan pengambilan keputusan atas dasar rasionalitas kontekstual dan rasionalitas retseptif.

5) Model pengambilan keputusan Carnegie

Model pengambilan keputusan ini lebih mengakui akan kepuasan, keterbatasan rasionalitas, dan koalisi organisasi.

6) Model pengambilan keputusan berdasarkan manfaat

Pengambilan keputusan pada model ini didasarkan pada mutu kepuasan, kreativitas kepuasan, penerimaan keputusan, pemahaman keputusan, pertimbangan keputusan, dan ketepatan keputusan.

- 7) Model pengambilan keputusan berdasarkan masalah  
Pertimbangannya adalah ada tiga tendensi khusus yang dapat merusak proses keputusan kelompok yaitu pikiran kelompok, perubahan beresiko, dan eskalasi komitmen.
- 8) Model pengambilan keputusan berdasarkan lapangan  
Model ini paling banyak digunakan di lembaga pendidikan karena ingin melibatkan partisipasi komunitas lembaga pendidikan dalam pengambilan keputusan. Ada lima teknik penting dalam pengambilan keputusan menurut model ini yakni curah pendapat (*brain storming*), teknik grup nominal, teknik Delphi, dan pembela yang menantang apa yang dianggap baik.
- 9) Model pengambilan keputusan pohon masalah  
Model pengambilan keputusan jenis ini dipetakan dalam sebuah diagram berbentuk semacam pohon faktor didasarkan pada akibat yang sedang dihadapi dicari akar permasalahannya, kemudian dicari penyebabnya.
- 10) Model keputusan manajerial  
Tipologi pengambilan keputusan manajerial didasarkan atas dua dimensi yaitu kompleksitas masalah dan dampak ketidakpastian. Johnson<sup>21</sup> mengemukakan “*The planning process can be considered as the vehicle for accomplishment of system change*”. Menurutnya perencanaan adalah merupakan suatu rangkaian tindakan yang telah ditentukan sebelumnya.  
Dengan perencanaan disusun visi, misi, strategi, tujuan, dan sasaran organisasi yang pada tingkat awal menggunakan

---

<sup>21</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, Cet. I, 2005), 62

pengambilan keputusan (*decision making*). Johnson menambahkan bahwa “*Planning is the process by the system adapts its resources to changing environmental and inter forces*”.

Dalam pandangan Sondang P. Siagian<sup>22</sup> Proses perencanaan harus bisa menjawab lima pertanyaan pokok yaitu : a) Apa yang akan dikerjakan dalam satu kurun waktu tertentu? b) Siapa yang bertanggung jawab untuk melakukan dan kepada siapa bertanggung jawab? c) Prosedur, mekanisme, dan metode kerja yang bagaimana yang akan diberlakukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut agar terintegrtasi dengan baik? d) Adakah penjadwalan kegiatan yang jelas dan harus ditaati? e) Apa alasan yang benar – benar dapat dipertanggung - jawabkan tentang mengapa berbagai kegiatan harus dilaksanakan?

Winardi<sup>23</sup> secara rinci menyebutkan elemen – elemen dalam perencanaan meliputi sasaran – sasaran, tindakan – tindakan, sumber daya, dan implementasi. Perencanaan merupakan suatu kegiatan integratif yang berusaha memaksimalkan efektivitas seluruh aktivitas organisasi sebagai suatu sistem sesuai tujuan organisasi. Pada pokoknya perencanaan adalah proses manajemen untuk memutuskan apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya. Menseleksi tujuan dan merumuskan kebijakan, program, dan prosedur untuk mencapai tujuan. Muara dari perencanaan adalah apa yang diharapkan dari perencanaan tersebut dan hal ini harus tergambar secara jelas. Pendekatan logis dalam perencanaan yang dapat dilakukan antara lain<sup>24</sup> : a) Memperhatikan lingkungan politis, ekonomis, dan kompetitif di masa mendatang, b) Visualisasi peranan yang dikehendaki dari organisasi dalam lingkungan ini, c) Merasakan kebutuhan – kebutuhan dan

---

<sup>22</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga*....., 63

<sup>23</sup> Syarifuddin, *Manajemen .Lembaga*....., 64

<sup>24</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga* ..... , 66

keperluan pelanggan, d) Menentukan perubahan – perubahan dalam kebutuhan dan keperluan – keperluan kelompok lain yang berkepentingan (pegawai, penawar dan lain – lain), e) Mengembangkan sarana yang luas, tujuan – tujuan dan rencana – rencana yang akan mengarahkan usaha organisasi secara keseluruhan, f) Menterjemahkan perencanaan yang luas ke dalam usaha –usaha fungsional yang lebih rinci, riset dan pengembangan, distribusi dan pelayanan, g) Mengembangkan perencanaan yang rinci dan kontrol atas penggunaan sumber – sumber dalam tiap wilayah fungsional yang selalu dikaitkan dengan perencanaan secara komprehensif. Meskipun secara redaksional ada berbagai pendapat tentang perencanaan, namun secara umum dapat disimpulkan bahwa substansi perencanaan adalah peta jalan menuju sasaran, tindakan, pemanfaatan sumber daya, pelaksanaan sebagai adaptasi untuk mengubah lingkungan dan kekuatan internal.

Dengan demikian perencanaan adalah proses manajemen yang meliputi prosedur, tindakan, sasaran dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian inheren dengan arti organisasi. Menurut Mondy dan Premeaux<sup>25</sup> organisasi adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam satu keadaan yang terkoordinasi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan demikian unsur organisasi adalah adanya sekumpulan orang, adanya pembagian kerja atau spesialisasi dalam organisasi, bekerja sama dan koordinasi aktivitas, adanya tujuan bersama yang akan dicapai.

---

<sup>25</sup>Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, Cet. I, 2005), 69

Organisasi menurut Stephen P. Robbins<sup>26</sup> memiliki unsur – unsur :

- 1) Kesatuan sosial artinya organisasi terdiri dari sekelompok yang manusia yang berinteraksi satu dengan yang lain.
- 2) Koordinasi secara sadar artinya interaksi antarmanusia tersebut diatur sehingga merupakan kesatuan yang terarah.
- 3) Batas tertentu artinya organisasi membedakan antara anggota (bagian organisasi) dengan nonanggota (bukan bagian organisasi).
- 4) Kesenambungan artinya organisasi dibentuk untuk waktu yang tidak terbatas.
- 5) Tujuan bersama artinya organisasi dibentuk untuk menjembatani tercapainya tujuan yang tidak bisa dicapai secara individual.

David R. Hampton<sup>27</sup> mendefinisikan organisasi sebagai suatu pengelompokan manusia yang bertahan lama dalam suatu sistem yang terstruktur dan berkembang, dimana usaha – usahanya yang terkoordinasi dimaksudkan untuk mencapai tujuan dalam lingkungan yang dinamis. Tiga unsur organisasi dalam definisi organisasi tersebut di atas adalah :

- 1) Kolektivitas manusia dengan pengaturan yang berkelanjutan dalam suatu sistem yang memiliki struktur tertentu.
- 2) Koordinasi usaha dengan orientasi tujuan .
- 3) Interaksi dalam lingkungan dalam arti organisasi mempengaruhi lingkungan dan lingkungan mempengaruhi organisasi.

Dengan demikian pengorganisasian menurut Heidjarachman Ranupandojo<sup>28</sup> adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang

---

<sup>26</sup> Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar Manajemen*, (Kebumen : Media Tera, Cet. I, 2015), 26

<sup>27</sup> Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar.....*, 27

<sup>28</sup> Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 129

dilakukan oleh sekelompok orang, dilakukan dengan membagi tugas, tanggung jawab, dan wewenang diantara mereka, ditentukan siapa yang menjadi pemimpin serta saling terintegrasi secara aktif.

Reeser<sup>29</sup> mengemukakan pengorganisasian sebagai berikut :  
*“As managerial function, organizing is defined as grouping work activities into departement, assigning, authority and coordinating the activities of the different departements so the objectives are met and conflics minimized”.*

Reeser menekankan bahwa pengorganisasian berfungsi untuk membagi kerja terhadap berbagai bidang menetapkan kewenangan dan pengkoordinasian kegiatan bidang yang berbeda untuk menjamin tercapainya tujuan dan mengurangi konflik yang terjadi dalam organisasi.

George R. Terry sendiri berpendapat bahwa pengorganisasian adalah membangun hubungan perilaku yang efektif diantara semua orang karena mereka akan dapat bekerja sama secara efisien dan mencapai kepuasan pribadi dalam melakukan pekerjaan dalam konteks pengaruh lingkungan untuk mencapai tujuan dan sasaran. Dengan demikian dalam pengorganisaasian melekat beberap konsep antara lain :

1) Tanggung jawab (*responsibility*)

Tanggung jawab melekat pada pekerjaan yang dilakukan seorang pelaksana.

2) Wewenang (*authority*)

Wewenang adalah hak untuk memutuskan, mengarahkan orang – orang dalam melakukan suatu tindakan atau untuk melaksanakan suatu kewajiban dalam mencapai tujuan organisasi.

---

<sup>29</sup>Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, Cet. I, 2005), 71

3) Pendelegasian (*delegation*)

Pendelegasian adalah proses pemberian tanggung jawab sesuai wewenang yang dibutuhkan.

4) Pertanggungjawaban (*accountability*)

Pertanggungjawaban atau akuntabilitas adalah jaminan dari seseorang yang diusulkan untuk melaksanakan tugas dan realisasi dari tugas yang telah dilaksanakan. Untuk mengontrol pelaksanaan pertanggungjawaban harus ada mekanisme yang jelas sehingga dapat terjadwal secara sistematis. Kegiatan yang dapat menunjang hal tersebut di atas adalah pemeriksaan pribadi atau perorangan oleh atasan, laporan bawahan kepada atasan, dan laporan yang diberikan oleh orang lain.

5) Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah pembagian aktivitas kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi atau aktivitas yang bervariasi dihubungkan sampai batas tertentu dan menunjukkan spesialisasi aktivitas kerja. Struktur organisasi berisi kerangka kerja organisasi. Kerangka kerja organisasi berbentuk kompleks, sedang, dan sederhana. Sebagian besar organisasi memilih struktur organisasi jenis lini dan staf.

Gibson<sup>30</sup> menekankan bahwa struktur bertalian dengan hubungan yang pasti yang terdapat diantara pekerjaan dalam organisasi. Hubungan yang pasti tersebut timbul dari proses keputusan sebagai berikut :

a) Pembagian kerja (*division of work*)

Permasalahan yang berhubungan dengan pembagian adalah sampai sejauh mana spesialisasi pekerjaan telah dilakukan. Keuntungan spesialisasi pekerjaan adalah apabila pekerjaan terdiri atas unit – unit yang lebih kecil dengan sedikit tugas

---

<sup>30</sup>Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar Manajemen* (Kebumen : Media Tera, Cet. I, 2015), 35

maka : (1) Mudah mencari pengganti bagi pegawai/pekerja sub yang diberhentikan, dimutasi, atau mangkir dari pekerjaannya, 2) Pegawai/pekerja dapat menjadi ahli/terlatih dengan unit pekerjaan dengan sedikit tugas dan tingkat keahlian yang tinggi akan meningkatkan hasil.

b) Departementalisasi (*departmentalization*)

Departementalisasi adalah pengelompokan unit pekerjaan yang berurutan. Permasalahan yang harus di atasi adalah mencari dasar yang tepat bagi proses departementalisasi.

c) Permasalahan rentang kendali (*span of control*)

Permasalahan yang muncul adalah berapa bawahan yang dapat dikendalikan oleh seorang atasan. Rentang kendali ditentukan bukan saja bawahan yang ditugaskan secara formal tetapi juga siapa saja yang berhubungan dengan atasan.

d) Delegasi kekuasaan (*delegation of authority*)

Permasalahan delegasi kekuasaan berkaitan dengan keuntungan relatif dari desentralisasi yaitu delegasi kekuasaan sampai pada tingkat paling rendah dalam hierarki manajerial.

Struktur organisasi memiliki beberapa bentuk yaitu :

(1) Organisasi garis

Organisasi garis adalah suatu bentuk struktur organisasi yang di dalamnya merupakan garis wewenang yang saling berhubungan langsung secara vertikal antara pimpinan dan bawahan. Pada struktur organisasi jenis ini garis bersama kekuasaan dan tanggung jawab bercabang pada setiap tingkat pimpinan mulai dari yang teratas hingga terbawah. Pada struktur organisasi ini bawahan bertanggung jawab pada satu orang atasan saja.

Keuntungan organisasi garis adalah :

Atasan dan bawahan dihubungkan dengan satu garis komando, disiplin dan loyalitas tinggi, rasa saling pengertian antaranggota, ada kesatuan komando yang terjamin dengan baik, disiplin pegawai tinggi dan mudah dipertahankan, koordinasi lebih mudah dilaksanakan, proses pengambilan keputusan dan instruksi berjalan cepat, garis kepemimpinan tegas, tidak simpang – siur karena pimpinan langsung berhubungan dengan bawahannya sehingga semua instruksi langsung diterima dan dilaksanakan, rasa solidaritas dan spontanitas seluruh pegawai biasanya tinggi, pengendalian mudah dilaksanakan dengan cepat, tersedia kesempatan untuk latihan pengembangan kepemimpinan, adanya penghematan biaya, pengawasan berjalan efektif.

Kelemahan organisasi garis adalah :

Pengembangan kreativitas karyawan terhambat, tujuan dan keinginan pribadi pimpinan sering kali sulit dibedakan dengan tujuan organisasi, pembebanan yang berat dari pimpinan karena dipegang sendiri, adanya kecenderungan pimpinan bertindak otoriter dan bersikap kaku. Kesempatan pegawai untuk berkembang terbatas karena sulit mengambil inisiatif sendiri, organisasi terlalu tergantung pada satu orang yaitu pimpinan, kurang tersedia staf ahli.

## (2) Organisasi garis dan staf

Organisasi garis dan staf merupakan kombinasi dari organisasi lini, asas komando dipertahankan tetapi dalam kelancaran tugas pemimpin dibantu oleh para

staf. Staf berfungsi memberi masukan, saran – saran, dan data atau informasi yang dibutuhkan.

Keuntungan organisasi garis dan staf :

Asas kesatuan komando tetap ada, adanya pembagian tugas yang jelas, kerja sama dan koordinasi dapat dilaksanakan dengan jelas, pengembangan bakat segenap pegawai/anggota organisasi terjamin, *staffing* dilaksanakan sesuai dengan prinsip *the right man on the right place*, adanya tugas yang jelas antara pimpinan, staf, dan pelaksana. Tipe organisasi garis dan staf fleksibel karena dapat diterapkan pada organisasi besar maupun kecil, pengambilan keputusan relatif mudah karena dibantu pemikiran staf, koordinasi mudah dilakukan karena adanya pembagian tugas yang jelas, disiplin dan moral pegawai biasanya tinggi karena tugas sesuai spesialisasinya.

Kelemahan organisasi garis dan staf :

Kelompok pelaksana ada kalanya bingung untuk membedakan perintah atau nasihat, persaingan tidak sehat antara pejabat yang satu dengan yang lainnya, tugas pokok sering dinomorduakan, solidaritas pegawai kurang karena tidak saling mengenal, sering terjadi persaingan tidak sehat karena masing – masing menganggap tugas yang dilaksanakannya paling penting, pimpinan lini mengabaikan advis staf, apabila tugas dan tanggung jawab dalam berbagai pekerjaan antara pegawai dan staf tidak tegas, maka akan menimbulkan kekacauan dalam menjalankan wewenang, penempatan staf ahli menambah beban biaya yang besar, kemungkinan staf melampaui kewenangannya dalam bekerja sehingga menimbulkan ketidaksenangan

pegawai lini, adanya kemungkinan perbedaan interpretasi antara staf dan pegawai lini dalam menjalankan tugas dapat menimbulkan masalah menjadi kompleks.

### (3) Organisasi fungsional

Organisasi fungsional adalah organisasi dimana wewenang dari pimpinan dilimpahkan kepada kepala bagian yang mempunyai jabatan fungsional untuk diteruskan kepada para pelaksana yang mempunyai keahlian khusus. Keuntungan struktur organisasi fungsional :

Program terarah, jelas, dan tepat, anggaran, personalia, dan sarana tepat dan sesuai, kenaikan pangkat pejabat fungsional cepat, keputusan dapat diambil dengan tepat, kecil kemungkinan kekuasaan digunakan berlebihan oleh pimpinan, kerja sama bawahan mudah digalang.

Kelemahan organisasi fungsional :

Pejabat fungsional bingung dalam mengikuti prosedur administrasi, koordinasi sulit dilaksanakan, pangkat pejabat fungsional lebih tinggi dibandingkan kepala unit, inspeksi sulit dilaksanakan.

### (4) Organisasi panitia

Organisasi panitia atau organisasi komite adalah organisasi yang masing – masing anggota mempunyai wewenang sama dan pimpinannya kolektif. Organisasi jenis ini di dalamnya terdapat komite – komite yang dapat bersifat formal maupun informal dan dengan tugas – tugas khusus. Komite – komite berfungsi sebagai pelaksana.

Keuntungan organisasi panitia :

Segala keputusan dipertimbangkan masak – masak dengan pembahasan terinci, kecil kemungkinan pimpinan bertindak otoriter, koordinasi kerja dibahas oleh suatu tim.

Kelemahan organisasi panitia :

Proses pengambilan keputusan memerlukan diskusi yang berlarut – larut sehingga menghambat pelaksanaan, apabila terjadi kemacetan pekerjaan, tidak ada seorang pun yang mau bertanggung jawab melebihi orang lain, para pelaksana kerja sering bingung karena instruksi dilakukan lebih oleh satu orang, kreativitas sulit dikembangkan karena perintah pelaksanaan didasarkan pada kolektivitas.<sup>31</sup>

Tahapan dalam pengorganisasian meliputi : 1) Mengetahui tujuan yang akan dicapai, 2) Menentukan kegiatan yang akan dilakukan, 3) Mendelegasikan wewenang, 4) Menetapkan rentang kendali, 5) Menempatkan individu pekerja, 6) Menentukan pola organisasi.

Adapun landasan dalam pengorganisasian meliputi : 1) *Enterprise function* atau fungsi organisasi adalah suatu kegiatan organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi yang ingin dicapai, 2) *Process product* atau proses produksi adalah menggamarkan penggunaan peralatan atau mesin untuk menghasilkan produk baik barang maupun jasa, 3) *Product* adalah hasil yang diperoleh oleh organisasi setelah melakukan kegiatan produksi, 4) *Territory* adalah mengelompokkan pekerjaan – pekerjaan berdasarkan *territory* atau wilayah dengan pembukaan kantor – kantor baru dikarenakan adanya perkembangan organisasi menjadi lebih besar, 5) *Timework* adalah membagi pekerjaan berdasarkan waktu kerja

---

<sup>31</sup>Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, *Pengantar Manajemen*, (Kebumen ; Mediatara, Cet. I, 2015), Hal. 34 -42

seperti *shift* pagi, siang, dan malam dikarenakan tuntutan pengaturan yang disebabkan kemajuan organisasi, 6) *Simple number* adalah penyederhanaan nomor yang dilakukan untuk membentuk kelompok – kelompok untuk menghindarkan pegawai dari kesalahan. Dengan penyederhanaan nomor untuk 30 orang pegawai hanya misalnya dibutuhkan tiga kelompok tanpa harus menyebut menjadi deretan nomor dengan rentang satu sampai dengan tiga puluh, 7) *Combination* adalah yaitu kombinasi dalam pengelompokan pekerjaan dikarenakan organisasi yang berkembang sehingga tidak bisa dilakukan pengelompokan hanya dengan satu cara melainkan dengan kombinasi pengelompokan.<sup>32</sup>

Dari berbagai definisi pengorganisasian yang disampaikan para ahli dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian adalah koordinasi yang berupa pembagian tanggung jawab dan wewenang sekelompok orang dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

c. *Actuating* (penggerakan)

Penggerakan adalah fungsi manajemen yang berguna untuk merealisasikan hasil perencanaan dan pengorganisasian. Husein Umar<sup>33</sup> merinci ada lima istilah yang memiliki arti yang hampir sama yang merujuk pada pengertian menggerakkan orang yaitu ;

- 1) *Directing* adalah menggerakkan orang lain dengan memberikan berbagai arahan.
- 2) *Actuating* adalah menggerakkan orang lain dalam artian umum.
- 3) *Leading* adalah menggerakkan orang lain dengan cara menghadirkan diri di hadapan orang yang digerakkan dengan membimbing mereka pada tujuan yang akan dicapai dan memberikan contoh kongkret.

---

<sup>33</sup> Karyoto, *Dasar – Dasar Manajemen*, (Yogyakarta : Andi Offset, Cet. I, 2016), 68 -75

- 4) *Commanding* adalah menggerakkan orang lain dengan unsur paksaan. *Motivating* adalah menggerakkan orang lain dengan didahului memberikan alasan – alasan mengapa hal tersebut harus dikerjakan.

Oleh karena penggerakan sangat kompleks yang melibatkan banyak orang dengan berbagai latar belakang dan karakternya maka yang harus dipegang teguh oleh pimpinan adalah prinsip mengarah pada tujuan, prinsip keharmonisan dengan tujuan, dan prinsip kesatuan komando. Selain itu penting untuk diingat adalah prinsip efisiensi, komunikasi, jawaban dari pertanyaan 5W dan 1H serta pemberian insentif. Dengan prinsip – prinsip tersebut di atas penggerakan diharapkan berhasil. Muara penggerakan diharapkan semua orang yang terlibat dalam kegiatan melaksanakan apa yang menjadi tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan maksimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tindakan dalam penggerakan yang dapat dilakukan oleh pimpinan adalah memberikan semangat, inspirasi atau dorongan sehingga timbul kemauan bawahan untuk bekerja dengan baik. Selain itu dapat pula diberikan contoh – contoh atau teladan. Di samping itu pemimpin perlu memberikan petunjuk yang benar, jelas, dan tegas.

Adapun fungsi penggerakan adalah :

- 1) Mempengaruhi orang supaya menjadi pengikut yang setia.
- 2) Menjadikan orang menjalankan tugas dengan baik.
- 3) Memelihara kesetiaan pada pimpinan, organisasi, dan tempat kerja mereka.
- 4) Menanamkan rasa tanggung jawab.

Setiap orang memiliki kepentingan yang berbeda – beda. Ketika seseorang telah memasuki organisasi/lembaga tempatnya bekerja diharapkan kepentingan pribadinya tidak saling berbenturan dengan kepentingan organisasi/lembaga. Pimpinan

berperan hendaknya senantiasa berinisiatif menggerakkan mereka dalam satu kesatuan komando dan dalam koridor kepentingan organisasi/lembaga sejalan dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

Macam –macam penggerakan yang dapat dilakukan pimpinan adalah :

1) Orientasi

Orientasi merupakan cara penggerakan dengan memberikan informasi yang perlu supaya kegiatan dapat dilakukan dengan benar. Pembekalan atau orientasi umumnya diberikan pada orang – orang yang baru memasuki lingkungan baru sehingga yang bersangkutan memiliki pengetahuan tentang lingkungannya meliputi tujuan yang akan dicapai, sarana dan prasarana yang mendukungnya, dan kendala - kendala yang ada yang mungkin ada atau kemungkinan akan dihadapinya dan sebagainya.

2) Perintah

Perintah merupakan permintaan dari atasan kepada orang yang ada di bawahnya sesuai jalur komando untuk melaksanakan tugas tertentu pada waktu tertentu. Perintah atau instruksi hanya dapat diberikan kepada orang yang berada di tingkat bawahnya dan tidak bisa diberikan pada orang yang kedudukannya sejajar dengan orang tersebut atau orang yang tidak dalam jangkauan wewenangnya seperti bagian lainnya.

3) Delegasi wewenang

Sifat *delegation of authority* (delegasi wewenang) lebih umum dibandingkan dengan perintah. Dikarenakan pimpinan tidak mungkin mengerjakan semua hal dengan wewenang yang melekat pada dirinya karena keterbatasannya sebagai manusia ditambah pemberdayaan yang perlu dilakukan terhadap bagian – bagian organisasi/lembaga sebagai penunjang roda

organisasi/lembaga menjadikan delegasi wewenang perlu dilakukan.

Penggerakan dapat dilakukan dengan motivasi yang kuat dari pimpinan. Dalam hal ini pimpinan perlu memahami perilaku masing – masing individu sehingga bisa memberikan motivasi secara tepat. Ada beberapa teori motivasi penggerakan yang dapat dijadikan acuan pimpinan yaitu :

1) Model tradisional

Teori ini tidak lepas dari pandangan Frederick W. Taylor<sup>34</sup> bahwa untuk menunjang produktivitas tinggi dari bawahan diperlukan insentif yang memadai. Kata kuncinya adalah kesejahteraan dimana kesejahteraan terjamin maka menurut teori ini secara otomatis kinerjanya meningkat.

Namun dengan teori ini tidak menafikan bahwa tumpuan utama hanyalah semata – mata kesejahteraan dan tidak mendidik untuk bekerja secara sukarela dengan penuh kesadaran dikarenakan tanggung jawabnya.

2) Model hubungan manusiawi

Latar belakang dari teori ini adalah adanya pandangan Elton Mayo<sup>35</sup> bahwa kebosanan pada rutinitas tugas dan pekerjaan dapat terjadi pada semua orang. Kegiatan yang monoton dalam organisasi/lembaga akan sedikit – banyak menimbulkan kejenuhan yang dapat mengurangi motivasinya untuk melaksanakan tugas – tugas hariannya secara rutin. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan adanya pemenuhan kebutuhan – kebutuhan sosial seperti pengakuan akan status yang membuatnya menjadi penting dalam organisasi/lembaganya. Tidak menutup kemungkinan pemenuhan kebutuhan sosial lainnya seperti pemenuhan

---

<sup>34</sup> Karyoto, *Dasar – Dasar.....*, 51

<sup>35</sup> Karyoto, *Dasar – Dasar.....*, 51

kegiatan rekreasi yang dapat dilakukan bersama untuk menunjang soliditas kinerja, pemenuhan akan pendidikan yang dapat menjadikannya meningkatkan kompetensi atau keahliannya.

### 3) Model sumber daya manusia

McGregor, Maslow, Argyris, dan Likert<sup>36</sup> mengkritik model hubungan manusiawi karena kesejahteraan bukanlah satu – satunya motivator yang dapat membangkitkan semangat bawahan dan petugas dalam menjalankan tugas rutinitasnya.

Penggerakan dapat disimpulkan sebagai usaha pimpinan dengan memberikan semangat, motivasi, perintah sesuai jalur komando kepada bawahan dalam mencapai tujuan setelah perencanaan dan pengorganisasian dilakukan.

### d. *Controlling* (pengawasan)

George R Terry<sup>37</sup> berpendapat “*Controlling is determining what is being accomplish, that evaluating performance and, if necessary applying corrective measure so performance takes according to plans*” yang berarti bahwa pengawasan merupakan usaha yang sistematis dalam menentukan apa yang telah dicapai yang mengarah pada penilaian kinerja dan pentingnya mengoreksi atau mengukur kinerja yang didasarkan pada rencana – rencana yang ditetapkan sebelumnya.

Pengawasan merupakan pemantauan atas pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk mengontrol semua yang dilakukan agar berjalan sesuai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan pengawasan diharapkan penyimpangan dalam berbagai hal dapat dihindari sehingga meminimalisasi hambatan dalam mencapai tujuan. Pengawasan memberikan kontribusi besar dalam menjamin proses kegiatan sehingga arah atau kendali

---

<sup>36</sup> Karyoto, *Dasar – Dasar.....*, 51

<sup>37</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga .....*, 111

kegiatan tetap pada jalurnya sehingga target yang ditetapkan tercapai sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Pengawasan dapat dilakukan dengan cara langsung (*direct control*) dan tidak langsung (*indirect control*). Robins<sup>38</sup> mengatakan “*controll is there process of monitoring activities to ensure they are being accomplished as planned and of correcting any significant deviations*”. Bahwa pemantauan segala aktivitas untuk menjamin pencapaian tujuan direncanakan dan pemeriksaan terhadap adanya penyimpangan menjadi hakekat pengawasan.

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang vital karena hal ini merupakan strategi mengurangi penyimpangan dengan pendekatan rasional terhadap *input* seperti jumlah dan kualitas bahan, uang, staf, peralatan, fasilitas, dan informasi dengan aktivitasnya berupa penjadwalan dan pelaksanaannya sekaligus *output*-nya berupa standar produk (barang dan jasa) yang dihasilkannya. Sasaran pengawasan<sup>39</sup> adalah untuk menjamin hal – hal berikut :

- 1) Kebijakan dan strategi yang telah ditetapkan terselenggara sesuai dengan jiwa dan semangat kebijaksanaan dan strategi dimaksud.
- 2) Anggaran yang tersedia untuk mencukupi berbagai kegiatan organisasi benar – benar digunakan untuk melaksanakan kegiatan tersebut secara efektif dan efisien.
- 3) Para pihak dalam organisasi benar – benar berorientasi kepada keberlangsungan dan kemajuan organisasi secara keseluruhan dan bukan kepada kepentingan individu.

---

<sup>38</sup> Karyoto, *Dasar – Dasar.....*, 110

<sup>39</sup> Feriyanto dan Triana, *Pengantar Manajemen.....*, 64

Sasaran pengawasan : 1. Mengarahkan atau merokomendasikan perbaikan.  
2. Menyarankan agar ditekan adanya pemborosan 3. Mengoptimalkan pekerjaan untuk mencapai sasaran sesuai rencana.

- 4) Penyediaan dan pemanfaatan sarana dan prasarana kegiatan sedemikian rupa sehingga organisasi memperoleh manfaat yang sebesar – besarnya dari sarana dan prasarana tersebut.
- 5) Standar mutu hasil pekerjaan terpenuhi semaksimal mungkin.
- 6) Prosedur dalam melaksanakan kegiatan dipenuhi oleh semua pihak yang terkait.

Sistem pengawasan atau kontrol dapat dibagi dua yakni sistem urutan terbuka (*open squence*) dan sistem urutan tertutup (*closed squence*). Perbedaan esensial dari kedua sistem ini lebih kepada apakah unit kontrol merupakan bagian integral dari sistem yang diawasi atau tidak artinya unit kontrol merupakan bagian dalam sistem atau dari luar sistem yang diawasi. Jika unit kontrol merupakan bagian integral dari sistem yang diawasi maka ini disebut *closed squence* dan sebaliknya jika unit kontrol bukan merupakan bagian dari sistem yang diawasi maka disebut *open squence*.

Dalam manajemen sedikitnya ada lima kontrol berdasarkan definisi, tujuan, dan ruang lingkupnya yaitu :

- 1) Kontrol Produksi

Pengawasan pada kegiatan ini adalah mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan dalam produksi barang dan jasa sesuai dengan rencana sedemikian rupa sehingga penjadwalan tepat waktu, efektif, dan efisien. Kontrol produksi yang efektif cenderung memiliki pelanggan yang lebih baik dan menghemat anggaran.

- 2) Kontrol Kualitas

Ini merupakan fungsi kontrol untuk menjamin bahwa produksi berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan dan mata rantai antara yang satu dengan yang lain terpelihara dengan baik. Kegiatan kontrol pada unit ini dimulai dari seleksi *input* untuk menghindari penyimpangan sehingga tidak terjadi pengulangan

kegiatan dikarenakan *output* tidak sesuai standar sehingga tidak terjadi penyimpangan waktu dan sumber dana yang tersedia.

### 3) Kontrol Inventaris

Suatu kontrol atau pengawasan terhadap peralatan yang digunakan dalam kegiatan sehingga peralatan terdata dengan baik dari segi jumlah, tempat penyimpanan, terdata kerusakan, dan jadwal perawatannya jika diperlukan.

### 4) Kontrol Biaya

Penghitungan biaya – biaya yang dikeluarkan dan taksiran – taksiran sebelum diketahui kepastiannya dalam kegiatan produksi barang dan jasa sangat penting untuk diawasi karena biaya dapat diibaratkan ruh dari organisasi/lembaga yang akan menjamin hidup dan matinya organisasi/lembaga karena bagaimanapun juga sumber dana merupakan pilar utama untuk menjalankan roda organisasi/lembaga.

Prinsip – prinsip dalam pengawasan menurut Massie<sup>40</sup> adalah :

- 1) Tertuju kepada strategi sebagai kunci sasaran yang menentukan keberhasilan.
  - 2) Pengawasan harus menjadi umpan balik sebagai bahan revisi dalam mencapai tujuan.
  - 3) Responsif dan fleksibel terhadap perubahan – perubahan kondisi dan lingkungan.
  - 4) Cocok dengan organisasi dengan sistem terbuka seperti lembaga pendidikan.
  - 5) Merupakan kontrol diri sendiri
  - 6) Bersifat langsung yaitu pelaksanaan kontrol di tempat bekerja.
- Memperhatikan hakikat manusia dalam mengontrol para personil yaitu bukan semata – mata mencari kesalahan melainkan lebih kepada bagaimana agar pimpinan menentukan

---

<sup>40</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan.....*, 60

kebijakan dan mengambil keputusan ke depan dari fakta – fakta yang ada di lapangan.

Jenis – jenis pengawasan menurut Malayu S.P. Hasibuan<sup>41</sup> adalah :

1) Pengawasan Internal

Dalam kegiatan sehari – hari dalam sebuah organisasi/lembaga masing – masing personil melaksanakan tugas rutinitas hariannya. Berdasarkan kegiatan tersebut secara garis besar mereka dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pertama adalah kelompok personil yang bertugas dalam operasional lapangan seperti menyediakan layanan, memproduksi dan kedua adalah kelompok personil yang menjalankan tugas bersifat manajerial seperti membuat keputusan, merencanakan kegiatan, membuat kebijakan dan membuat prosedur, dan menjalankan fungsi manajemen berupa pengawasan. Pengawasan jenis ini adalah pengawasan internal dimana pengawasan dilaksanakan oleh pihak dalam organisasi/lembaga dalam memantau seluruh aktivitas sehingga berjalan efektif dan efisien.

2) Pengawasan Eksternal

Pengawasan eksternal dilakukan oleh pihak luar seperti organisasi swadaya masyarakat, auditor, konsultan, pemerintah dan lainnya. Pengawasan eksternal bertujuan memantau aktivitas berdasarkan informasi atau data yang diperoleh berdasarkan laporan yang masuk untuk validasi data agar tidak terjadi kesalahan apabila laporan tersebut diteruskan kepada yang membutuhkan informasi atau data tersebut ke tingkat berikutnya ataupun verifikasi kebenaran data yang telah dilaporkan sesuai atau tidak di lapangan sehingga diketahui kondisi riilnya.

---

<sup>41</sup>Karyoto, *Dasar – Dasar.....*, 122

### 3) Pengawasan Formal

Pengawasan formal dilakukan oleh pihak yang memiliki otoritas berdasarkan atas legalitas tupoksinya sebagai pengawas dalam bidangnya. Pesantren secara legal formal diawasi oleh Seksi Pendidikan Keagamaan dan Pondok Pesantren Kantor Kementerian Agama untuk tingkat kabupaten dan kota di seluruh Indonesia terutama untuk daerah berpenduduk mayoritas Islam karena susunan organisasi dan tata laksana Kementerian Agama bervariasi untuk tiap daerah misalnya di daerah Papua susunan organisasi dan tata laksananya akan berbeda dengan di Jawa Tengah karena perbedaan komposisi penduduk berdasarkan penganut agama sebagai basis layanannya.

### 4) Pengawasan Informal

Pengawasan jenis ini dilakukan oleh publik sebagai bagian dari kontrol sosial. Pengawasan oleh publik tidak terikat oleh landasan hukum karena pengawasan yang dilakukan oleh publik tidak memandang kapasitas dari publik itu sendiri. Publik semata – mata memiliki kepedulian untuk memastikan apakah organisasi/lembaga sudah berjalan pada relnya atau tidak dan pengawasan tersebut bukan untuk tujuan monitoring, supervisi, atau istilah sejenis yang identik dengan otoritas pengawasan formal.

Bentuk – bentuk pengawasan meliputi<sup>42</sup> :

#### 1) Pengawasan pendahulu (*feedforward control steering control*)

Pengawasan ini bertujuan mencegah penyimpangan standar dan memungkinkan koreksi dibuat sebelum kegiatan terselesaikan. Efektivitas pengawasan ini sangat tergantung dari kejelian pimpinan dalam menggali informasi yang akurat tentang adanya perubahan dan perkembangan tujuan terkait situasi dan

---

<sup>42</sup> Feriyanto dan Triyana, *Pengantar Manajemen.....*, 66

kondisi internal maupun eksternal yang harus diadaptasi organisasi/lembaga karena organisasi/lembaga tidak berada pada ruang hampa melainkan ada di tengah lingkungan terutama di era informasi yang mana perubahannya sangat cepat sehingga *update* informasi sangat dibutuhkan untuk ditindaklanjuti sebelum kadaluwarsa atau *out of date*.

2) Pengawasan *concurrent* (*concurrent control*)

Pengawasan ini disebut juga pengawasan “ya/tidak” suatu aspek harus memenuhi syarat yang ditentukan sebelum kegiatan dilaksanakan untuk menjamin ketepatan pelaksanaan kegiatan. Pengawasan pra-kegiatan sangat penting untuk menjaga kelangsungan kegiatan sehingga tidak terjadi suatu proses kegiatan dihentikan di tengah jalan karena tidak memenuhi standar yang ditetapkan. *Checking list* akan sangat membantu untuk menginventarisasi syarat – syarat yang telah ditentukan sehingga direalisasikan pada wujud standar benda yang akan digunakan sebagai bahan, atau pada tenaga yang berkompeten, atau pada prosedur yang harus disiapkan dan lainnya.

3) Pengawasan umpan balik (*feedback control/past – action control*)

Pengawasan jenis ini dilakukan dengan mengukur tingkat keberhasilan suatu kegiatan untuk mengetahui kemungkinan penyimpangan yang terjadi atau ketidaksesuaian dengan rencana yang telah ditetapkan sehingga dapat dilakukan koreksi secepatnya. Ada kalanya faktor *human error* dapat menyebabkan penyimpangan meskipun secara teknologi dan piranti yang digunakan telah memenuhi spesifikasi yang handal.

Pengawasan mutlak diperlukan untuk setiap organisasi/lembaga untuk mengontrol arah kegiatan yang

dilaksanakan. Untuk merealisasikan pengawasan yang efektif tentu harus terpenuhi syarat pengawasan yang ideal sesuai kebutuhan masing – masing organisasi/lembaga. Setelah terpenuhinya syarat atau pun kriteria pengawasan yang ditentukan, dilanjutkan ke dalam aksi berupa proses pengawasan yang meliputi :

1) Menentukan Nilai Standar

Nilai standar ditetapkan organisasi/lembaga berdasarkan perencanaan dan hasil kegiatan tahun sebelumnya setelah dievaluasi. Nilai standar merupakan nilai baku yang harus dicapai dalam periode tertentu selama periode produksi (jika barang) atau periode layanan (jika jasa). Nilai standar dapat berupa waktu (berupa jam, hari, bulan dan lainnya) maupun hasil (eksemplar dan lainnya). Nilai standar merupakan acuan untuk mencapai tujuan sehingga proses kegiatan terarah.

2) Mengukur hasil yang dicapai

Pengukuran dilakukan untuk mengetahui kepastian hasil kegiatan yang telah ditentukan. Pengukuran dilakukan dengan menetapkan satuan ukur terlebih dahulu. Satuan ukur dapat berupa satuan jumlah, satuan panjang, satuan berat, dan lainnya sesuai kebutuhan organisasi/lembaga.

3) Menghitung hasil yang dicapai

Menghitung hasil yang dicapai akan memberi dampak ikutan berupa diketahuinya kinerja individual atau kelompok dalam melaksanakan kegiatan karena jika penghitungan hanya dilakukan secara total meskipun target dan tujuan organisasi/lembaga tercapai tetapi tidak memberikan keadilan atas prestasi yang dihasilkan individu atau pun kelompok. Untuk itu penghitungan hasil perlu dilakukan dengan penghitungan hasil individual, kelompok, dan rata – rata sehingga memacu motivasi setiap petugas/personil dalam beraktivitas sesuai komando atasan.

4) Menentukan besarnya penyimpangan

Adanya penyimpangan dalam kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi/lembaga dapat diketahui dengan membandingkan nilai standar dengan dan hasil yang telah dicapai berdasarkan pengalaman sebelumnya. Kemungkinan penyimpangan dapat dibedakan menjadi tiga yaitu penyimpangan positif, netral, dan negatif. Penyimpangan positif terjadi apabila hasil lebih tinggi dari nilai standar. Penyimpangan netral terjadi apabila hasil sama dengan nilai standar. Sedangkan penyimpangan negatif terjadi apabila hasil kurang dari nilai standar.

5) Mencari penyebab penyimpangan

Analisis harus dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan selama periode tertentu. Faktor – faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya penyimpangan positif, netral, dan negatif. Gaya kepemimpinan yang baru dapat menjadi pemicu motivasi sehingga menghasilkan produktivitas tinggi. Keadaan stagnan pada posisi aman dapat disebabkan sebatas memenuhi target dari tujuan yang ditetapkan, tidak ada motivasi lebih dan hal ini dapat disebabkan kurangnya inovasi yang menantang. Titik balik menuju matinya organisasi/lembaga adalah jika terjadinya penyimpangan negatif artinya hasil kegiatan lebih buruk dari nilai standar. Organisasi/lembaga telah gagal mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan bila tidak ada analisis yang komprehensif dilanjutkan perbaikan kinerja maka organisasi/lembaga sebagai sistem terbuka mendekati *entropy*.

6) Melakukan perbaikan

Perbaikan adalah tindakan pengendalian terhadap penyimpangan negatif dengan maksud meluruskan arah kinerja pada tujuan yang ditetapkan. Perbaikan bertujuan menghentikan kesalahan

– kesalahan yang terjadi selama kegiatan sehingga dapat dicapai produktivitas yang lebih baik.

Pengawasan dilakukan untuk mencegah kemungkinan adanya penyimpangan karenanya pengawasan harus memenuhi syarat – syarat sebagai berikut : a) Pengawasan harus mendukung sifat dan kebutuhan kegiatan, b) Pengawasan harus melaporkan setiap penyimpangan yang terjadi, c) Pengawasan harus mempunyai pandangan ke depan (visioner), d) Pengawasan harus objektif, teliti, dan sesuai dengan standar, e) Pengawasan harus fleksibel, f) Pengawasan harus serasi dengan pola organisasi, g) Pengawasan harus ekonomis, g) Pengawasan harus mudah dimengerti, h) Pengawasan harus diikuti dengan perbaikan atau koreksi.

Pengawasan yang memenuhi syarat – syarat akan menunjang tercapainya tujuan dan memberikan manfaat bagi kemajuan organisasi/lembaga antara lain : a) Untuk memberikan ruang reguler bagi supervisi untuk menilai pekerjaan yang telah dan sedang dikerjakan, b) Untuk mengembangkan pemahaman dan keterampilan dalam bekerja, c) Untuk menerima informasi dan perspektif lain mengenai pekerjaan seseorang, d) Untuk memberi dukungan dan motivasi baik secara pribadi maupun struktural dalam pekerjaan, e) Untuk memberi ruang guna mengeksplorasi *restimulation* pribadi, transferensi atau *counter* transferensi yang mungkin terbawa dalam pekerjaan, f), Untuk merencanakan dan memanfaatkan sumber daya yang lebih baik, g) Untuk bertindak proaktif dan bukan reaktif semata bila terjadi hal yang tidak diinginkan, h) Untuk memastikan kualitas pekerjaan.

Pengawasan dapat disimpulkan sebagai upaya pemantauan sebagai kontrol atas jalannya kegiatan sebagai bentuk penilaian untuk mengetahui apakah pekerjaan sudah sesuai rencana dan tujuan yang ditetapkan sehingga penyimpangan dapat dicegah.

## B. Hubungan Masyarakat (Humas)

### 1. Pengertian Humas

Dalam era informasi dimana hidup tidak dapat dilepaskan dari situasi dimana dependensi antarindividu, antarorganisasi, dan antarkelompok masyarakat semakin tinggi maka citra dan kepercayaan menjadi sebuah keniscayaan yang harus terus - menerus dijaga dan dibangun sehingga citra yang baik dapat dibentuk dan dipertahankan menjadi opini publik. Komunikasi harus diintensifkan dalam berbagai bentuknya untuk menumbuhkan saling pengertian karena komunikasi paling tidak akan memberikan informasi yang aktual dan akuntabel yang ditunggu publiknya.

Humas bertugas membentuk citra positif organisasi terhadap publiknya. Tugas tersebut menyangkut citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), dan toleransi (*tolerance*).

Menurut Webster's New World Dictionary humas adalah hubungan dengan masyarakat luas seperti melalui publisitas, khususnya fungsi – fungsi organisasi dan lainnya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.<sup>43</sup>

Sedangkan pengertian yang menekankan tanggung jawab disampaikan oleh Public Relation News<sup>44</sup> :

*Public relations is the management functions which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual organization with the public interest and plans executes a program action to earn public understanding and acceptance*

Bahwa humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengevaluasi kebijaksanaan – kebijaksanaan dan prosedur –

---

<sup>43</sup> Frazier Moore, Humas, (terj), Lilawati Trimo, (Bandung : Remaja Rosdakarya, Cet. II, 2005), 6

<sup>44</sup>

prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

IPRA<sup>45</sup> (International Public Relations Association) mendefinisikan humas :

*Public relations is a management function of continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom they are or may be concerned by evaluating public opinion about themselves, in order to achieve by planned and more efficient fulfillment of their common interest*

Cultip Center and Broom<sup>46</sup> merumuskan humas sebagai fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menjaga dan membangun hubungan yang saling memberi manfaat antara organisasi dan publiknya yang menjadi landasan keberhasilan organisasi.

Menurut Fraser P. Seitel<sup>47</sup> definisi humas adalah :

*Public relations is distinctive management function which help establish and maintain mutual lines of communications, understanding, acceptance, and cooperation between and organization and its public; involves the management of problems or issue; helps management to keep informed on and responsive to public opinion; defines emphasize responsibility of management to serve the public interest helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends, and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal tool's.*

Humas merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerja sama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah – masalah atau isu – isu manajemen. Humas membantu manajemen dalam

---

<sup>45</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta : Teras, Cet. I, 2009), 144

<sup>46</sup> Yosol Iriantara, *Humas Sekolah*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, Cet. I, 2013),

6

<sup>47</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar Public Relations*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, Cet. V, 2007), 13

penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. Humas secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan.

Dengan kata lain humas adalah fungsi manajemen yang bertugas mengidentifikasi, menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui pencitraan publik, menyusun program dan kebijakan serta mengevaluasinya baik ke dalam maupun keluar yang berkaitan dengan individu maupun organisasi untuk mendapatkan simpati dan penerimaan publik dan memberi manfaat atas hubungan tersebut. Humas identik dengan komunikasi dan ini sejalan dengan pendapat Frank Jefkins seperti dikutip Olusegun<sup>48</sup> bahwa humas dibangun dengan semua bentuk komunikasi yang terencana baik komunikasi ke dalam maupun ke luar organisasi, antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan saling pengertian. Dari beberapa definisi humas di atas ada beberapa hal pokok dalam humas yaitu :

- a. Humas merupakan fungsi manajemen sehingga pada manajemen apa pun akan ada humas.
- b. Komunikasi terencana antara organisasi dan publiknya.
- c. Relasi yang saling memberi manfaat antara organisasi dan publiknya.
- d. Relasi organisasi dan publiknya dibangun dan dipelihara melalui komunikasi yang terencana dan dirancang dengan baik.
- e. Publik organisasi merupakan sumber keberhasilan organisasi.
- f. Tujuan kehumasan adalah membangun saling pengertian.

Dalam pandangan Melvin Sharpe<sup>49</sup> proses harmonis dalam humas yang melekat pada definisi humas mengandung lima prinsip yaitu komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas, keterbukaan dan konsistensi terhadap tindakan dan kepercayaan, tindakan yang jujur untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill* (kemauan baik), komunikasi dua arah dilakukan dengan kontinyu

---

<sup>48</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 13

<sup>49</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 14

untuk mencegah alienasi (pengucilan) dan membangun hubungan, serta evaluasi penelitian dan lingkungan untuk menentukan tindakan dan penyesuaian yang diperlukan bagi hubungan sosial yang hamonis.

Kerancuan<sup>50</sup> yang umum terjadi dalam mendefinisikan humas adalah :

- a. *Public relations* (humas) diartikan publisitas (*publicity*)
- b. *Public relations* (humas) diartikan keagenan pers (*press agency*)
- c. *Public relations* (humas) diartikan periklanan (*advertising*)
- d. *Public relations* (humas) diartikan upaya mempengaruhi (*lobbying*)

Merujuk pendapat para ahli humas dapat disimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang bertugas mengevaluasi sikap publik dan menangani isu – isu sehingga organisasi/lembaga dapat beradaptasi dalam rangka membentuk citra positif organisasi terhadap publiknya menyangkut citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciations*), dan toleransi (*tolerance*).

## 2. Kualifikasi profesi humas

Kualifikasi merupakan kriteria yang penting untuk dipenuhi sebelum melaksanakan tugas tertentu. Kualifikasi merujuk pada pengertian persyaratan tertentu yang wajib dipenuhi untuk dapat mengerjakan tugas yang dipercayakan kepada seseorang. Indikator seseorang dikatakan kualivaid atau tidak adalah tergantung dari kemampuan menjalankan tugas berdasarkan kualifikasi yang dimilikinya.

Frank Jefkins<sup>51</sup> menyebutkan kualifikasi mendasar yang harus dipenuhi seseorang yang berprofesi atau menjadi praktisi humas adalah :

<sup>50</sup> Frazier Moore, *Public Relations.....*, 4

<sup>51</sup> Soemirat dan Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 159

Kualifikasi profesi humas menurut Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta : Teras, Cet.I, 2009), 145 ada sekurang – kurangnya empat persyaratan dasar yaitu

a. *Ability to communicate* (kemampuan berkomunikasi)

Komunikasi secara etimologis berasal dari Bahasa Latin “*communis*” atau “*communicatio*” yang dalam Bahasa Inggris disebut “*common*” artinya sama<sup>52</sup>. Berkomunikasi berarti berusaha untuk mencapai kesamaan makna atau arti (*commonness*). Schiffman dan Kanuk<sup>53</sup> mendefinisikan komunikasi “*The transmission of message from a sender to a receiver via a medium of transmission*” artinya komunikasi adalah transmisi sebuah pesan dari pengirim kepada penerima melalui medium transmisi. Dari definisi di atas ada beberapa unsur komunikasi yaitu pengirim pesan (*sender*), Penerima pesan (*receiver*), pesan (*message*), dan saluran pesan atau medium (*channel*), dan umpan balik (*feedback*)<sup>54</sup>.

1) Pengirim pesan (*sender*)

Komunikasi diawali dari pihak yang berkepentingan untuk membangun komunikasi (*sender/communicator*). Komunikasi dapat dilakukan antarpribadi maupun antarorganisasi/lembaga. Komunikasi harus didesain sedemikian rupa sehingga menarik dan mudah dipahami penerima pesan (*receiver/communicant*).

2) Penerima pesan (*receiver*)

IAIN PURWOKERTO

kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan, kemampuan menarik perhatian, kemampuan mempengaruhi pendapat, dan kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya.

<sup>52</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung : Alfabeta, Cet. I, 2014), 115

Menurut Frazier Moore, Humas, Lilawati Trimo (terj.) (Bandung : Remaja Rosdarya, Cet. II, 2005), 88 menjelaskan komunikasi dapat dibandingkan dengan produksi dan konsumsi. Proses ini melibatkan produksi makna (*production of meaning*) melalui penggunaan bahan mentah meliputi kata – kata, gambar, lambang, dan tindakan komunikator serta konsumsi makna (*consumtion of meaning*) melalui pendengaran, penglihatan, sentuhan, perasaann, penciuman yang dilakukan khalayak.

<sup>53</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset, Cet. I, 2013), 212

<sup>54</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, Cet. XIII, 2016), 83 Menjelaskan unsur komunikasi meliputi *source* (individu/praktisi humas), *message* (pesan/gagasan), *channel* (media/saluran), *effect* (dampak/reaksi pesan).

Aliran komunikasi dari pengirim pesan atau komunikator kepada komunikan harus dibangun secara rasional sehingga mudah dipahami. Pesan yang dikemas secara menarik akan mempengaruhi komunikan sehingga tumbuh rasa simpati, pengertian, dan semangat kerja samanya terhadap komunikator.

3) Saluran komunikasi (*medium*)

Ketepatan dalam penggunaan saluran komunikasi indikatornya adalah sejauh mana efektivitas media yang digunakan mencapai sasaran yang diharapkan. Pilihan media juga harus mengingat segmen penerima pesan, biaya, dan audiens yang akan dijangkau berdasarkan geografisnya (dekat atau jauh, *scope* lokal atau nasional).

4) Pesan (*message*)

Ada beberapa macam pesan dalam dunia komunikasi yaitu :

a) Pesan verbal

Pesan verbal adalah pesan yang disampaikan dengan suara (wicara) langsung kepada penerima pesan tanpa melalui media. Contohnya petugas humas yang bertatap muka langsung dengan pelanggan di ruang kerjanya menyampaikan informasi yang dibutuhkan pelanggan tersebut. Pesan verbal dapat dilakukan dalam komunikasi baik internal seperti pidato di depan umum, malam kekeluargaan, dikusi panel, kunjungan pimpinan ke bagian – bagian maupun komunikasi eksternal seperti siaran melalui media massa elektronik, pameran, hubungan sosial dengan masyarakat, pertemuan dengan donatur dan lainnya.

b) Pesan nonverbal

Pesan nonverbal adalah pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dengan tidak langsung sehingga media digunakan dalam komunikasi jenis ini. Media yang

digunakan antara lain brosur, pamflet, radio, televisi, internet, forum dan lainnya.

c) Kombinasi

Kombinasi dilakukan dengan menggunakan dua macam pesan yaitu verbal dan nonverbal tergantung dari kebutuhan dengan pertimbangan efektivitasnya terhadap sasaran yang akan dicapai. Contohnya untuk meningkatkan citra baik organisasi/lembaga dapat diadakan *press release*, *open house*, forum musyawarah, siaran radio, dan televisi, *streaming video* youtube, dan lainnya. Komunikasi kombinasi dapat dilaksanakan secara formal untuk kepentingan eksternal seperti dengan masyarakat dan pelanggan maupun secara informal untuk kepentingan internal antarpribadi dalam organisasi/lembaga sehingga terhindar dari kesan kaku tetapi dengan meminimalisasi hal yang menjurus desas – desus, fitnah, dan sejenisnya.

d) Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik merupakan respon apakah pesan yang disampaikan sukses diterima dan dipahami atau belum. Umpan balik pesan verbal dapat langsung dilihat dari mimik dan tanggapan positif atau negatif penerima pesan sedangkan umpan balik untuk pesan nonverbal dapat diketahui dari angket, *post box*, *inbox e\_mail*, *complaint box*, pesan pada kronologi facebook, surat pembaca pada media cetak, dan peningkatan partisipasi komunitas orang tua/wali santri serta lainnya.

Fungsi komunikasi antara lain<sup>55</sup> :

---

<sup>55</sup> Elvinaro Ardianto et.al., *Komunikasi Massa*, 15 – 17 Menjelaskan 5 fungsi komunikasi mengutip Dominick meliputi :

1. *Surveillance* (pengawasan) meliputi *warning or beware surveillance* yaitu pengawasan peringatan berupa informasi bencana dll dan *instrumental surveillance* yaitu pengawasan instrumental yaitu penyampaian informasi yang memiliki kegunaan seperti informasi buku – buku humas, pendidikan kehumasan. 2. *Interpretation* (penafsiran) yaitu informasi yang disampaikan

a) Informasi

Komunikasi berfungsi untuk mengumpulkan dan menyimpan data, fakta, pesan, dan opini sehingga dapat diketahui keadaan yang terjadi. Kejadian tersebut merupakan informasi yang berharga misalnya tentang keluhan masyarakat terhadap pesantren.

b) Sosialisasi

Fungsi lain komunikasi adalah alat sosialisasi yang memudahkan interaksi antarpersonal. Komunikasi yang efektif memudahkan proses sosialisasi misalnya dari seorang *ustadz* kepada calon orang tua santri.

c) Motivasi

Komunikasi dapat mendorong seseorang berperilaku tertentu. Komunikasi yang baik dapat mensugesti seseorang untuk mengikuti apa yang telah dilakukan komunikator misalnya mendaftarkan anaknya menjadi santri setelah mendengar kisah sukses santri pada pesantren tertentu.

d) Pendidikan

Komunikasi menunjang kemajuan pendidikan dan tanpa komunikasi yang baik dunia pendidikan tidak bisa berkembang. Komunikasi yang terbangun antarindividu dalam jejaring media sosial misalnya grup whatsapp pimpinan pesantren sedikit – banyak akan akan berpengaruh pada pemikiran dan inovasi dimana inspirasi bisa diperoleh melalui jejaring media sosial sebagai saluran komunikasi tersebut.

---

melalui komunikasi juga diberikan tafsiran berupa komentar dan opini terutama pada media massa cetak maupun elektronik seperti editorial pada surat kabar. 3. *Linkage* (pertalian) yaitu komunikasi dapat menyatukan antarindividu berdasarkan kesamaan minat dan kepentingan dalam sebuah pertalian. 4. *Transmission of values* yaitu fungsi dimana individu mengadopsi nilai – nilai kelompok. Fungsi ini disebut juga sosialisasi. 5. *Entertainment* bahwa komunikasi menampilkan sisi – sisi yang menghibur yang dibutuhkan semua orang.

## e) Kebudayaan

Komunikasi menunjang kebudayaan misalnya media massa pesantren menampilkan berita kegiatan ekstra kurikuler santri berupa marawis, rebana , pencak silat, kaligrafi, tilawatil Qur'an dan lainnya. Dengan tersebar luasnya suatu produk budaya maka memungkinkan untuk dikenal luas di masyarakat sehingga dapat berkembang lebih baik. Minimal masyarakat yang tidak tahu menjadi tahu dan mengenalkan pada anggota keluarganya.

## f) Hiburan

Komunikasi yang menyenangkan akan membawa suasana komunikator dan komunikan terhibur. Sesekali tiap individu membutuhkan relaksasi dari suasana yang formal, menegangkan, dan cenderung menjenuhkan sehingga komunikasi yang menyenangkan dibutuhkan untuk menetralkan diri dari stres.

## g) Integrasi

Komunikasi mampu menjembatani perbedaan antarindividu sehingga dicapai kesepakatan dalam sebuah kesadaran bersama menuju kepentingan yang lebih besar.

## h) Inovasi

Komunikasi mendorong lahirnya teknologi yang membawa umat manusia pada kesejahteraan lahiriah dan batiniah dengan terpenuhinya kebutuhan dengan munculnya *hightech* pada teknologi informasi dan komunikasi.

Proses komunikasi adalah kegiatan kontinyu yang dilakukan oleh setiap individu baik sebagai pribadi maupun sebagai petugas atau praktisi humas dalam sebuah organisasi/lembaga. Komunikasi sebagai proses memerlukan beberapa komponen yang harus

terpenuhi untuk berlangsungnya komunikasi. Harold D. Lasswell<sup>56</sup> merumuskan formula Lasswell untuk mengorganisasikan komunikasi dan menggambarkan komponen dalam proses komunikasi sebagai berikut :

Tabel 1  
Formula Lasswell

WHO	SAYS WHAT	IN WHICH CHANNEL	TO WHOM	WITH WHAT EFFECT
Siapa	Berkata Apa	Melalui Saluran Apa	Kepada Siapa	Dengan Efek Apa
Komunikator	Pesan	Media	Penerima	Efek
<i>Control Studies</i>	Analisis Pesan	Analisis Media	Analisis Khalayak	Analisis Efek

Keterangan :

*What* (siapa) : komunikator

*Says what* : informasi, opini, sikap dan pesan

*In which channel* : media

*To whom* : komunikan/audiens

*With what effect* : efek/umpan balik

Komunikasi efektif harus didasari oleh prinsip – prinsip diantaranya<sup>57</sup> :

<sup>56</sup> Elvinaro Ardianto et.al., *Komunikasi Massa.....*, 29

Somad dan Priansa, *Manajemen Komunikasi*, 125 Menjelaskan proses komunikasi meliputi 1. Pengirim mempunyai ide atau gagasan. 2. Ide diubah menjadi pesan. 3. Pesan dikirim. 4. Penerima menerima pesan. 5. Penerima pesan bereaksi atau mengirimkan umpan balik.

Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 32 – 40 Menjelaskan komponen komunikasi meliputi *communicator, codes and content, gatekeeper, regulator, media, audience*.

<sup>57</sup> Hegar Pangarep, *Public Relations yang Kredibel*, (Yogyakarta : Cakrawala, Cet. I, 2016), 150 – 176 Menjelaskan komunikasi yang efektif meliputi : 1. Tidak terlalu banyak menguasai pembicaraan. 2. Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. 3. Tidak memotong pembicaraan. 4. Memfokuskan pembicaraan pada semua lawan bicara. 5. Memiliki selera humor. 6. Mengalahkan pendapat dengan membuat orang lain menang 7. Mengucapkan terima kasih 8. Membawa pikiran orang lain ke alam pikiran kita. 9. Memahami sosiologi komunikasi. 10.

a) Menghargai (*respect*)

Prinsip pertama dalam komunikasi adalah memberikan rasa hormat dan saling menghargai. Setiap orang ingin dihargai dan dihormati maka jika seorang petugas/praktisi humas dapat melakukannya dengan baik maka imbasnya dapat dicapai kerja sama yang dikuatkan sinergi yang berdampak pada efektivitas kinerja yang menguntungkan organisasi/lembaga.

b) Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi seseorang. Prasyarat untuk bisa berempati pada komunikan adalah kemampuan untuk memahami atau mengerti apa yang diungkapkan komunikan. Dengan memahami komunikan sama artinya dengan investasi membangun kepercayaan yang merupakan modal awal untuk memulai kerjasama dan membangun sinergitas dengan komunikan.

c) Memahamkan (*audible*)

Maksudnya dapat dipahami dan dimengerti. Setelah seorang petugas/praktisi humas mampu berempati pada audiens sehingga tumbuh kepercayaan dan terbangun kerja sama maka sinergitas dapat diwujudkan dengan lebih mudah karena apa yang disampaikan petugas/praktisi humas akan lebih didengar dan dimengerti oleh audiens.

d) Jelas (*clarity*)

Pesan tidak boleh ambigu; multitafsir sehingga membingungkan komunikan. Supaya pesan dapat sejelas – jelasnya diterima komunikan maka pesan yang baik adalah transparan dan terbuka (*clarity*) tanpa ada yang ditutupi atau disembunyikan sehingga menjadikan pesan menjadi kabur dan

multitafsir. Pesan yang menimbulkan multitafsir tidak akan memberikan umpan balik yang diharapkan sehingga berdampak buruk pada kinerja organisasi/lembaga.

e) Rendah hati (*humble*)

Rendah hati merupakan faktor yang sangat penting yang harus ada pada karakter petugas/praktisi humas karena rendah hati merupakan magnet yang menarik simpati komunikan untuk mendengarkan apa yang disampaikannya sehingga kesempatan komunikator (petugas humas/praktisi humas) lebih terbuka untuk membentuk opini publik tentang diri pribadi dan organisasi/lembaganya.<sup>58</sup>

Respon komunikan dalam proses komunikasi ada kalanya tidak sesuai dengan target semula. Hal ini disebabkan komunikasi tidak terlepas dari berbagai kendala yang menimbulkan hambatan (*barrier*) baik komunikasi pribadi seorang petugas/praktisi humas di luar organisasi/lembaga maupun dalam jam dinas antara lain:

a) Hambatan komunikasi pribadi

Komunikasi menjadi tidak efektif karena munculnya hambatan – hambatan dalam komunikasi pribadi misalnya perbedaan persepsi, kesalahan penyerapan pesan, perbedaan bahasa, kurang perhatian, perbedaan kondisi emosional, dan perbedaan latar belakang pendidikan.

b) Hambatan komunikasi organisasi

Komunikasi di dalam organisasi membawa misi penting tujuan organisasi. Komunikasi di dalam organisasi dapat dilakukan dengan formal maupun secara informal. Fokusnya tentu saja membahas hal –hal terkait kedinasan dalam organisasi. Namun

---

<sup>58</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.....*, 235 - 239 Dijelaskan komunikasi yang efektif harus memperhatikan : 1. Sumber pesan/ pengambil inisiatif. 2. Kredibilitas yang meliputi kredibilitas sumber informal seperti rekan kerja dan kredibilitas penyampai pesan seperti praktisi humas. 3. Umpan balik dengan memperhatikan empati, pengulangan pesan, penggunaan bahasa yang sederhana, proses mendengarkan yang efektif, penentuan waktu yang efektif, pengaturan arus informasi, dan kemampuan berkomunikasi.

terkait komunikasi di dalam organisasi ada beberapa hambatan yang harus diatasi seperti terlalu banyak informasi/pesan yang disampaikan, tingkat kerumitan pesan, penerimaan pesan ganda, perbedaan status, kurangnya kepercayaan, komunikasi tidak terstruktur, kesalahan pemilihan media, iklim komunikasi tertutup, komunikasi yang tidak etis, komunikasi tidak efektif, hambatan bersifat fisik.

Hambatan komunikasi menurut Cangara<sup>59</sup> pada tabel di bawah

:

Tabel 2  
Hambatan dalam Komunikasi

Hambatan	Penjelasan
Gangguan Teknis	Hambatan karena spesifikasi teknis misalnya gangguan pada server, stasiun tv/radio, kerusakan pada alat komunikasi, kerusakan media cetak.
Gangguan Semantik	Hambatan karena kesalahan bahasa yang digunakan misalnya kata – kata yang banyak menggunakan jargon bahasa asing, bahasa yang berbeda, struktur bahasa yang tidak tepat.
Hambatan Psikologis	Hambatan karena persoalan dalam diri individu seperti rasa curiga, keadaan berduka, dalam keadaan emosi atau gangguan kejiwaan.
Hambatan Fisik atau Organik	Hambatan dikarenakan letak geografis misalnya letak suatu tempat yang terpencil sehingga sulit dijangkau sarana telekomunikasi baik tertulis via pos maupun jaringan kabel telepon, tower BTS seluler.

<sup>59</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung :Alfabeta, Cet. I, 2014) 136 – 137

Elvinaro Ardianto at.al., *Komunikasi Massa.....*, 89 – 100

Menjelaskan hambatan komunikasi meliputi : 1. Hambatan psikologis (perbedaan kepentingan, prasangka/*prejudice*, stereotip/*stereotype*, motivasi/*motivation*. 2 Hambatan sosiokultural (aneka etnik, perbedaan norma sosial, kurang mampu berbahasa Indonesia, faktor semantik, pendidikan belum merata, hambatan teknis). 3. Hambatan interaksi verbal (polarisasi, orientasi internasional, evaluasi statis, indiskriminasi).

Hambatan Status	Hambatan yang terjadi karena perbedaan status sosial misalnya antara pimpinan dan staf, antara dosen dan mahasiswa.
Hambatan Kerangka Pikir	Hambatan yang terjadi karena perbedaan pola pikir misalnya karena pengalaman petugas/praktisi humas senior dan petugas/praktisi baru, latar belakang pendidikan antarpegawai.
Hambatan Budaya	Hambatan yang terjadi karena perbedaan norma, adat kebiasaan, dan nilai – nilai misalnya nada bicara orang Batak dan Jawa, cara menunjuk pada orang dengan jempol pada orang Jawa dan dengan jari telunjuk pada orang Sunda atau suku lain.

Hambatan dalam komunikasi harus diatasi karena jika dibiarkan tanpa solusi kinerja humas tidak maksimal dan bahkan gagal dalam menjembatani kepentingan organisasi/lembaga dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Untuk mengatasi hambatan komunikasi menurut menurut Boove dan Thill dikutip Haryani<sup>60</sup> dapat ditempuh langkah :

(1) Memelihara iklim komunikasi terbuka

Sikap terbuka yang dilandasi kejujuran akan memudahkan umpan balik yang diharapkan. Iklim komunikasi terbuka merupakan kombinasi nilai, tradisi, dan kebiasaan. Iklim komunikasi terbuka hendaknya dibangun pada lingkup publik internal maupun eksternal sehingga organisasi/ lembaga akan tumbuh menjadi institusi yang dipercaya masyarakat.

(2) Bertekad memegang teguh etika berkomunikasi

(3) Etika akan menuntun perilaku individu dalam membawa diri di tengah publik baik sebagai pribadi petugas/praktisi

<sup>60</sup> Rismi Somad dan Donni Jni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 137

humas maupun atas nama organisasi/lembaga dalam dinas dan kegiatan.

(4) Memahami kesulitan komunikasi antarbudaya

Kemajuan teknologi yang membawa pada era informasi dimana sekat – sekat geografis, suku, ras, dan lainnya menjadi tidak kentara maka dampaknya seorang petugas/praktisi humas dituntut dapat memahami latar belakang, pengetahuan, dan persepsi antarbudaya sehingga dapat melancarkan tugasnya.

(5) Pendekatan komunikasi berpusat pada penerima

(6) Komunikasi dijalin tetap dengan penuh empati dan kepedulian terhadap komunikan. Suasana yang memusatkan perhatian pada komunikan dalam komunikasi akan menyebabkan komunikan merasa nyaman dan diperhatikan sehingga kepentingan organisasi/lembaga dapat lebih mudah dijumpai dengan komunikan.

(7) Menggunakan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab.

Penggunaan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab akan membantu proses komunikasi yang efektif karena bagaimanapun juga setiap audiens akan menilai sikap tanggung jawab dan bijak sebagai sesuatu yang penting dan harus dimiliki komunikator untuk mendapat kepercayaannya.

(8) Menciptakan dan memproses pesan efektif

Untuk dapat menciptakan dan memproses pesan efektif harus maka petugas/praktisi humas harus memahami penerima pesan, menyesuaikan pesandengan penerima, mengembangkan dan menghubungkan gagasan, porsi pesan disesuaikan sehingga tidak berlebihan, memilih media yang tepat, dan meningkatkan keterampilan berkomunikasi.

Di dalam organisasi/lembaga komunikasi ditunjukkan antara lain untuk menjaga hubungan baik dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Komunikasi ke publik eksternal antara lain pada masyarakat khusus misalnya untuk pesantren adalah orang tua santri dan *stakeholder* terkait seperti desa, kecamatan, MUI, Kementerian Agama dan untuk masyarakat luas pada umumnya. Masyarakat khusus utamannya orang tua santri adalah pelanggan yang harus terus – menerus dipantau perkembangan ekspektasinya pada pesantren sehingga diperlukan teknik komunikasi yang khusus pula yakni teknik komunikasi pada pelanggan meliputi :

a) *Negosiasi*

Secara sederhana *negosiasi* adalah proses dinamis antarpihak yang terlibat kesepakatan dengan memperkecil perbedaan serta mengembangkan persamaan guna meraih tujuan bersama yang saling menguntungkan. Untuk melakukan *negosiasi* dapat digunakan rumus 5W + 1H yaitu *What, Who, Why, When, Where, dan How* yang digunakan untuk menanyakan :

1) *What* (apa)

Pertanyaan ini terkait apa tujuan yang ingin dicapai, apa kekuatan yang dimiliki, apa yang ingin dicapai, apa yang diharapkan dari pihak lain, apa yang ditawarkan pada pihak lain, apa strategi yang akan digunakan dalam *negosiasi*.

2) *Who* (siapa)

Pertanyaan ini digunakan untuk menanyakan siapa yang menjadi lawan bicara, siapa yang berperan dalam *negosiasi*, dan siapa yang menjadi saksi dalam *negosiasi*.

3) *Why* (mengapa)

Pertanyaan ini digunakan untuk menanyakan mengapa *negosiasi* perlu, mengapa pihak lain tidak setuju, mengapa saksi tidak mau menandatangani hasil *negosiasi*, dan mengapa pihak lain mengingkari hasil *negosiasi*.

4) *When* (kapan)

Digunakan untuk menanyakan kapan negosiasi dilaksanakan, kapan pengajuan negosiasi disampaikan, kapan negosiasi harus diselesaikan, kapan negosiasi internal dilaksanakan.

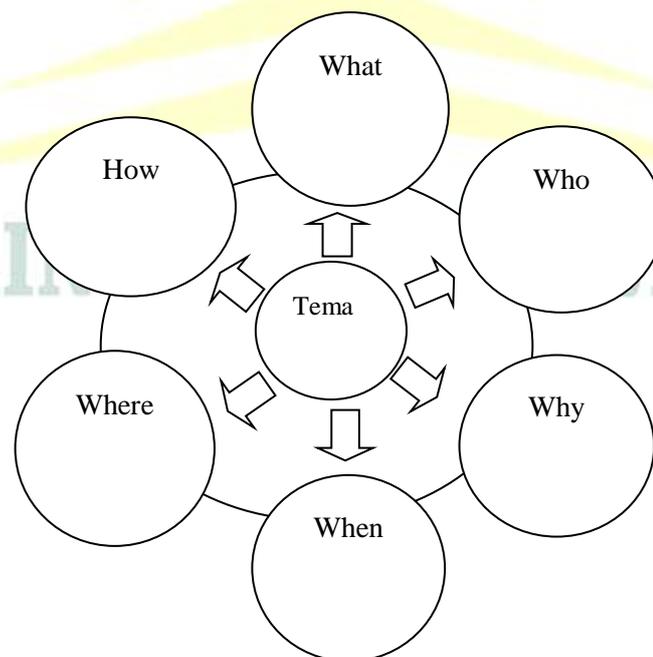
5) *Where* (dimana)

Digunakan untuk menanyakan dimana sebaiknya negosiasi dilakukan, dimana tempat tinggal pihak lain, dan dimana kesepakatan akan ditindaklanjuti.

6) *How* (bagaimana)

Digunakan untuk menanyakan bagaimana jika terjadi kebuntuan (*deadlock*) dalam negosiasi, bagaimana mengajukan solusi yang tepat, bagaimana menindaklanjuti kesepakatan negosiasi.

Kelima pertanyaan yang digunakan untuk mempersiapkan negosiasi sehingga dicapai hasil optimal.



Gambar 1  
Pengkajian Tema Negosiasi

Pendekatan yang digunakan dalam negosiasi antara lain ada pada tabel berikut ini :

Tabel 3  
Pendekatan Negosiasi

Pendekatan	Penjelasan
<i>Win – win solution</i> (solusi menang bersama)	Strategi ini menekankan bahwa pihak – pihak yang bernegosiasi dimenangkan bersama tanpa tekanan yang berlebihan pada pihak yang bernegosiasi.
<i>Win – lose strategy</i> (strategi menang – kalah)	Strategi ini menekankan kemenangan di satu pihak dan kekalahan di pihak lain. Resikonya memunculkan konflik.
<i>Lose – lose strategy</i> (strategi kalah – kalah)	Strategi ini didasari oleh adanya ketidakcocokan yang mengakibatkan emosionalisme yang cenderung tidak rasional sehingga masing – masing pihak memutuskan sama – sama kalah dan mengakhiri negosiasi.

b) Lobi

Lobi sering disebut *lobbying* sama artinya dengan pendekatan tidak resmi (informal). Lobi merupakan usaha meraih dukungan pihak lain dalam sebuah kepentingan yang diperjuangkannya. Lobi terkait beberapa pihak yang memiliki kepentingan terhadap suatu objek tertentu. Pihak yang merasa bahwa kepentingannya lebih besar akan berusaha mendapatkan kekuatan dengan mencari dukungan melalui lobi. Terkait dengan kepentingan organisasi/lembaga lobi sangat dimungkinkan untuk menunjang tujuan jangka panjangnya yang perlu dijaga sedemikian rupa sehingga posisinya aman dan terkendali.

Fungsi lobi antara lain : 1) Mempengaruhi organisasi/lembaga dan pelanggan sehingga tidak merugikan kedua belah pihak, 2) Menafsirkan opini dan keinginan organisasi/lembaga dan pelanggan yang melakukan lobi, 3) Memprediksi berbagai kemungkinan apabila kebijakan diambil oleh organisasi/lembaga maupun pelanggan, 4) Sumber informasi tentang bagaimana kondisi organisasi/lembaga dan pelanggan jika kebijakan diambil, 5) Meyakinkan organisasi/lembaga bahwa pelaksanaan kebijakan butuh waktu dan momentum yang tepat,

c) Presentasi

Presentasi dilakukan untuk menarik minat pelanggan. Presentasi dilakukan sebagai ajang promosi guna menarik pelanggan untuk memakai dan membeli produk barang dan jasanya. Persiapan presentasi meliputi pertama merencanakan presentasi yang terdiri dari menentukan ide pokok, menyusun garis besar atau *outline*, memperkirakan waktu presentasi, menentukan gaya pendekatan. Kedua Menentukan tujuan presentasi. Ketiga memberikan informasi. Keempat mempengaruhi pelanggan meliputi : memberikan gambaran fakta, memberikan argumentasi, simpulan atau rekomendasi. Kelima memberikan instruksi. Keenam menyusun format presentasi meliputi pembukaan, isi , dan penutup

d) Berbicara

Berbicara dengan spontanitas jauh lebih menarik dibandingkan dengan teks terstruktur. Spontanitas jauh lebih alami dan jujur apa adanya sehingga lebih mengena pada audiens. Namun demikian karena segala sesuatu dalam organisasi/lembaga perlu direncanakan secara administrasi dan diorganisasikan secara teratur, berbicara pun harus ditata sehingga kredibilitas organisasi/lembaga tidak dipertaruhkan secara serampangan.

Banyak faktor yang perlu diantisipasi untuk menjaga kelancaran berbicara seperti pengetahuan, kecerdasan, sifat dasar, pengalaman, biologis terkait fungsi organ – organ tubuh, dan latar belakang pelanggan.

e) Menyimak

Menyimak melibatkan indra pendengar tetapi menyimak memiliki makna mendengar dan memahami apa yang didengarnya sehingga menunjukkan perhatian dan apresiasi terhadap lambang – lambang lisan untuk memperoleh informasi, dan menangkap isu dan pesan pembicara. Tahapan dalam menyimak antara lain mendengarkan (*hearing*), memperhatikan (*attention*), memahami (*understanding*), mengingat (*remembering*), evaluasi (*evaluating*), dan menanggapi (*responding*).

f) Menulis

Menulis merupakan bentuk penyajian data yang lebih baik dibandingkan secara verbal saja. Menulis dapat diwujudkan dalam bentuk *print out* sehingga dapat dipelajari audiens karena kapasitas memori manusia tentu memiliki keterbatasan jika harus mengingat semua hal apalagi dalam waktu yang bersamaan sehingga teknik komunikasi pada pelanggan jenis ini efektif

b. *Ability to organize* (kemampuan mengorganisasikan)

Grunig dan Hunt<sup>61</sup> menyarankan humas untuk memainkan peran di perbatasan (*boundary role*) artinya humas berfungsi di tepi organisasi/lembaga menjadi penghubung dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Peran ini menempatkan satu kaki di dalam organisasi/lembaga dan satu kaki yang lain di luar organisasi/lembaga. Ada kepentingan organisasi/lembaga yang

---

<sup>61</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 87

harus diperjuangkan sesuai tujuan yang telah ditetapkan dan ada peran jembatan komunikasi dengan masyarakat yang tentu saja dengan mengingat tanggung jawab moral terhadap komunikasi itu sendiri dengan masyarakat. Kinerja humas yang baik tentu saja harus menguntungkan semua pihak. Rosady Ruslan<sup>62</sup> menyebutkan kinerja humas yang baik “*Good public relations result form good performance publicly aknowledgement and appreciated*” artinya humas yang baik berasal dari penilaian kinerja, pengakuan, dan penghargaan umum yang baik pula. Kinerja humas yang baik ditentukan oleh tiga kinerjanya sebagai tolok ukurnya yaitu :

- 1) Kinerja pertama memperhatikan tingkat kepuasan yang dicapaimelalui produk layanan yang diberikan
- 2) Kinerja kedua, memperhatikan kebijakan yang telah ditetapkan oleh organisasi/lembaga seperti lokasi pekerjaan organisasi/lembaga, relasi dengan komunitas dimana organisasi/lembaga berada, kebijakan organisasi/lembaga selalu mempertahankan keseimbangan antara tujuan di satu pihak dan perhatian terhadap publik di lain pihak. Kebijakan organisai/lembaga terhadap penggunaan kemampuan untuk menciptakan daya tarik terhadap konsumen.
- 3) Kinerja ketiga, berkaitan dengan fungsi komunikasi tradisional petugas/praktisi humas berkaitan informasi publik mengenai produk layanan dan kebijakan – kebijakan yang ada. Lebih lanjut Grunig dan Hunt menekankan bahwa humas harus membentuk suatu *comfort* (keharmonisan) dengan berbagai unsur publik<sup>63</sup> internalnya : a) Secara fungsi, *the real job*

---

<sup>62</sup> Rosdy Ruslan, *Manajemen Public.....*, 84

<sup>63</sup>Yosal Iriantara, *Humas Sekolah.....*, 66

Menjelaskan publik organisasi/lembaga dapat dibedakan atas lingkungan : 1. Lingkungan makro yakni lingkungan masyarakat yang di dalamnya ada sektor ekonomi, sosial, politik, dan ekologi yang tidak memiliki dampak langsung terhadap organisasi/lembaga. 2. Lingkungan operasional yakni lingkungan internal organisasi yang di dalamnya ada bagian – bagian struktur organisasi, budaya organisai, visi, misi, tujuan, sasaran, dan kebijakan.

(pekerjaan nyata) dari komponen – komponen organisasi/lembaga, b) Secara terstruktur, hirarki organisasional individu dan posisi, c) Secara proses pengambilan keputusan formal tentang peraturan dan prosedur yang terdapat dalam organisasi lembaga, d) Secara umpan balik mekanisme evaluatif formal dan informal organisasi/lembaga.

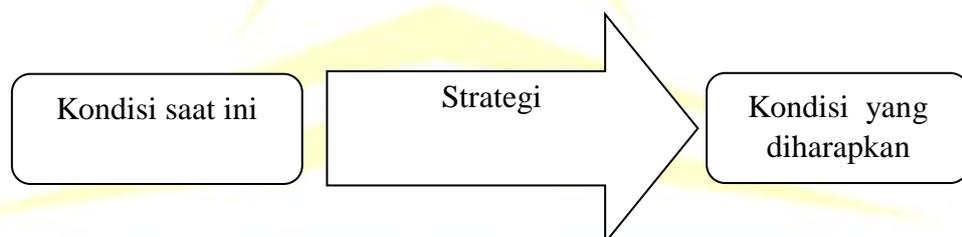
Untuk mendukung kinerja humas, kemampuan memainkan *boundary role* bagi humas hendaknya : a) Mampu menjalankan interaksi yang kompleks dan penting dalam organisasi/lembaga seperti humas memikirkan hubungan terhadap lingkungan sendiri untuk mencegah konflik antarbagian, b) Mampu bekerja sesuai aturan organisasi/lembaga untuk mengembangkan pemecahan yang inovatif terhadap berbagai permasalahan organisasi/lembaga seperti memberikan pengertian terhadap kolega dan publik eksternal lainnya, c) Mampu berpikir strategis yakni kapasitasnya sebagai pemikir humas mengerti misi, tujuan, dan strategi organisasi/lembaga serta mampu memberikan solusi atas permasalahan yang ada, d) Mampu mengukur hasil yang diperoleh yakni memiliki kejelasan tujuan, mengerti apa yang harus dikerjakan, merencanakan secara sistematis, dan mengevaluasi hasilnya.

Humas berinteraksi dengan komunikasi timbal – balik antara organisasi/lembaga dengan publiknya untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*), dan dukungan (*public support*) bagi tercapainya tujuan, kebijakan, dan langkah organisasi/lembaga. Semua hal tersebut untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*goodwill*) publiknya dan memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk mengembangkan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis (*comfort*).

Organisasi/lembaga yang menganut falsafah dasar *share holder oriented* akan memandang humas sebagai hal yang mutlak dan menjadi tanggung jawab *top management* untuk mewujudkan humas yang handal karena fungsinya sebagai mata dan telinga dan tangan kanan *top management* dalam organisasi/lembaga.

Ruang lingkup pengorganisasian kegiatan humas adalah ke dalam membina sikap publik internal seperti pegawai agar dalam diri mereka tumbuh ketaatan, kepatuhan, dan dedikasi terhadap institusi. Menumbuhkan semangat korps/kelompok yang sehat dan dinamis dalam persaingan prestasi. Mendorong tumbuhnya rasa memiliki (*handarbeni*, Bahasa Jawa). Ada pun keluar tugas humas adalah menumbuhkan sikap dan tumbuhnya citra (*image*) positif publik terhadap kebijakan organisasi/lembaga.

Pengorganisasian kegiatan humas dapat diwujudkan dalam bentuk strategi yang dapat diilustrasikan seperti berikut :



IAIN PURWOKERTO  
Gambar 2  
Strategi Humas Organisasi/Lembaga

Dengan melihat adanya kekuatan dan kelemahan dalam organisasi/lembaga (internal) serta adanya peluang dan ancaman (eksternal) maka disusunlah strategi. Strategi adalah upaya manajemen untuk menuju kondisi yang diharapkan dan disinilah peran humas untuk mengorganisasikan kebijakan *top management* pada publiknya sehingga organisasi/lembaga dalam kondisi yang stabil dan dinamis dalam persaingan di tengah – tengah masyarakat. Kondisi yang diharapkan oleh organisasi/lembaga

dikongkretkan dalam bentuk visi. Visi adalah kondisi ideal yang diharapkan oleh organisasi/lembaga namun masih dalam batas – batas yang memungkinkan untuk dicapai. Visi merupakan pernyataan tentang arah jangka panjang yang merupakan rangkaian kalimat tentang tujuan organisasi/lembaga yang diekspresikan dalam produk layanan yang ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai – nilai yang diperoleh serta aspirasi atau cita – cita masa depan organisasi/lembaga. Visi menjadi penting dikaitkan dengan : a) Dampak dari kemajuan teknologi, b) Bagaimana kebutuhan dan keinginan pelanggan berubah, c) Apakah kondisi tersebut membuat pesaing berlari kian kencang, d) Peluang menjanjikan yang mana yang ingin dikejar secara agresif, d) Dorongan faktor eksternal dan internal apa yang organisasi/lembaga butuhkan untuk antisipasi menghadapi tantangan masa depan.

Visi menurut Block<sup>64</sup> “Visi adalah masa depan yang dipilih, sebuah keadaan yang diinginkan. Ia merupakan sebuah ekspresi optimisme dalam lingkungan birokrasi maupun nonbirokrasi”. Visi memuat nilai – nilai keunggulan yang akan ditawarkan pada publik sehingga merepresentasikan organisasi/lembaga yang bersangkutan. Nilai keunggulan dalam pandangan Fred R. David<sup>65</sup> antara lain keunggulan bersaing (*competitive advantage*), rumusan misi, kemampuan dalam merespon tuntutan eksternal yaitu peluang dan ancaman, kemampuan dalam meningkatkan kapasitas organisasi (internal), kemampuan dalam menentukan sasaran strategis (jangka penjang).

Visi harus dijabarkan dalam bentuk misi yang merupakan operasionalisasi dari visi. Biasanya dituangkan dalam kalimat

---

<sup>64</sup> Fahrurrozi, *Manajemen Mutu Kepemimpinan Pendidikan*, (Yogyakarta ; IRCiSoD, Cet. I, 2012), 35

<sup>65</sup> Nanang Fattah, *Manajemen Strategik Berbasis Nilai*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, Cet. I, 2105), 7

pendek dan kata kerja operasional. Misi menggambarkan *frame of work* dalam periode waktu tertentu sehingga perjalanan organisasi/lembaga ke depan memiliki rambu – rambu yang jelas sehingga terarah pada tujuan. West-Burnham<sup>66</sup> mengungkapkan bahwa adanya perbedaan pendapat tentang definisi misi maka organisasi/lembaga harus merujuk pada tujuan organisasi/lembaga sehingga cakupan misi antara lain mencirikan organisasi/lembaga dengan komunitasnya, memberikan arahan dan tujuan, mempunyai standar pengambilan kebijakan, mengarahkan kultur organisasi/lembaga, menghasilkan konsistensi aksi, mengidentifikasi pelanggannya, dan memotivasi serta menantang. Untuk berkontribusi pada organisasi/lembaga dalam jangka panjang humas dapat mengorganisasikan kegiatan meliputi : a) Menyampaikan fakta dan opini baik yang beredar di publik internal maupun publik eksternal. Bahan – bahan dapat diperoleh dari kliping media massa selama waktu tertentu sehingga tidak terlalu *out of date* engan di-*cross check* terhadap data di organisasi/lembaga seperti naskah pidato pimpinan untuk mengecek kebenaran sumber fakta dan opini dan bila diperlukan dapat dilakukan wawancara dengan pihak terkait, b) Menelusuri dokumen resmi organisasi/lembaga dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan biasanya diikuti dengan perubahan sikap terhadap publiknya atau sebaliknya, c) Melakukan analisis SWOT (*Strengths/Kekuatan, Weaknesses/Kelemahan, Opportunities/Peluang, Threatments/Ancaman*). Analisis yang dilakukan cukup mengenai persepsi dari publik internal maupun eksternal. Tidak perlu menganalisis yang ada di luar kemampuannya namun demikian bobot analisis harus dapat dipertanggungjawabkan. Komponen *strengths* dan *weaknesses*

---

<sup>66</sup>Fahrurrozi, *Manajemen Mutu.....*, 42

berasal dari dalam sedangkan komponen *opportunities* dan *threatments* berasal dari luar organisasi/lembaga.

Dengan kata lain pengorganisasian aktivitas humas menurut Cultip Center meliputi :

- a) *Fact Finding*, yakni kegiatan mencari data/fakta sebelum melakukan tindakan.
- b) *Planning*, yakni berdasarkan penemuan fakta dan data maka dirumuskan rencana program yang akan dilaksanakan.
- c) *Communicating*, yakni rencana program yang telah tersusun berdasar pemikiran matang sesuai fakta dan data dikomunikasikan atau dijabarkan dalam kegiatan operasional.
- d) *Evaluation*, yakni penilaian apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi dilakukan secara kontinyu sehingga hasilnya dapat dijadikan pedoman aktivitas humas berikutnya.

Dalam jangka panjang upaya humas harus tersusun dalam sebuah strategi sehingga menurut Pearce dan Robinson<sup>67</sup> pengorganisasian kegiatan berkontribusi dalam *strategic management* antara lain : (1) Menentukan *mission* organisasi/lembaga. Termasuk pernyataan umum tentang maksud pendirian (*purpose*) dan sasaran (*goal*), (2) Mengembangkan *company profile* (perusahaan, lembaga) yang mencerminkan kondisi intern dan kemampuan yang dimilikinya, (3) Penilaian terhadap lingkungan ekstern, baik dari segi kompetitif maupun secara umum, (4) Analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan (yang melahirkan pilihan – pilihan), (5) Identifikasi atas pilihan yang dikehendaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi organisasi/lembaga, (6) Pemilihan strategi atas *objective* jangka panjang dari garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai *objective* tersebut, (7)

---

<sup>67</sup> Soleh Soemirat dan ElvinaroArdianto, *Dasar – Dasar.....*, 92

Mengembangkan *objective* tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan *objective* jangka panjang dan garis besar strategi, (8) Implementasi atas hasil – hasil di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum dalam *budget* (anggaran) dan menyelaraskan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi, dan lainnya, (9) *Review* dan evaluasi atas hal – hal yang telah dicapai dalam periode jangka pendek sebagai proses kontrol pengambilan keputusan.

Cultip Center<sup>68</sup> menjelaskan strategi humas meliputi *defining the problem* (mendefinisikan masalah), *planning and programming* (merencanakan dan memprogram), *taking action and communication* aksi dan mengkomunikasikan), *evaluate the program* evaluasi program)

Strategi humas yang sering digunakan adalah strategi klasik Cultip Center<sup>69</sup> meliputi strategi aksi dan strategi komunikasi. Strategi aksi mencakup perubahan yakni perubahan kebijakan prosedur, produk, layanan, dan perilaku sebagai respon terhadap kebutuhan organisasi/lembaga dan publiknya. Strategi komunikasi menunjang strategi aksi dengan membentuk khalayak memahami dan menafsirkan tindakan organisasi/lembaga. Dalam strategi komunikasi meliputi strategi pesan dan media. Dalam strategi pesan berkaitan dengan pengembangan dan penyusunan kerangka pesan sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dan sesuai kebutuhan publik. Strategi media berkaitan dengan media mana yang paling efektif dan efisien untuk menyampaikan pesan kepada publik. Media<sup>70</sup> yang dapat dipilih antara lain surat kabar, *newswire*, majalah, radio, tv, tv kabel, radio, media *online*.

---

<sup>68</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 226

<sup>69</sup> Yosai Iriantara, *Humas Sekolah.....*, 71

<sup>70</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations*, Afrianto Daud (terj.) (Jakarta : Salemba Humanika, Cet. I, 2010), 206 – 207

Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunkasi*, 232-240  
Dijelaskan bahwa selain media konvensional, humas juga memanfaatkan *special events*. *Special*

c. *Ability to get on with people* (kemampuan bergaul/membina relasi)

Relasi bagi organisasi/lembaga pendidikan seperti pesantren sangat penting untuk dibina dan dilayani dengan baik sehingga terjalin kerja sama yang saling menguntungkan. Relasi memegang peranan penting dalam membentuk citra positif di mata publik sehingga tercipta opini publik dan kredibilitas organisasi/lembaga dapat dipertahankan atau bahkan ditingkatkan. Kerja sama dengan relasi tertentu dalam periode waktu tertentu akan berdampak pada reputasi organisasi/lembaga yang terpercaya.

Untuk membina relasi tentu kewajiban humas untuk senantiasa tanggap sinyal – sinyal yang perlu ditindaklanjuti dari interaksi dengan semua relasi yang telah terbangun atau yang baru pada tahap rintisan. Kebijakan humas harus senantiasa berorientasi pada pelanggan/klien dengan tetap memperjuangkan kepentingan organisasi/lembaga semaksimal mungkin. Relasi eksternal ada dua kategori yaitu relasi perseorangan dan relasi lembaga yang di dalamnya terdiri atas lembaga swasta dan lembaga pemerintah. Untuk membina relasi ada banyak aktivitas humas yang dapat dilaksanakan dalam interaksi dengan relasi antara lain :

1) Kunjungan persahabatan dengan relasi

Kunjungan adalah bukti keseriusan dalam kerja sama dengan relasi. Dengan kunjungan berarti melakukan survei atas kondisi sebenarnya dari relasi sehingga banyak informasi yang diperoleh secara langsung melalui sumber asli tanpa perantara karena informasi melalui perantara orang kedua dan seterusnya

---

*events is ean event of which usually produce to gain favourable attention in media for your client, your company, or your product. It may also be designed to convey a specific messsage about your company...*

Special events ( special adalah istimewa, khas. Sedang events adalah peristiwa khusus dalam *scope* internal organisasi/lembaga, lokal dan lainnya. Bentuk *special events* meliputi festival, fair, parade, seminar, open house, program acara khusus ( *calendar of event* seperti acaraperiodik bulanan, momentum event seperti milad)

sedikit banyak mengalami distorsi atau bias sesuai kapasitas penerima informasi.

2) Aktif dalam kegiatan yang diadakan pemerintah

Hubungan dengan pemerintah mutlak diperlukan humas organisasi/lembaga seperti pesantren karena kebijakan pemerintah sangat dimungkinkan memiliki dampak yang langsung maupun tidak langsung mempengaruhi aktivitas organisasi/lembaga tersebut. Hubungan yang baik tentunya memudahkan penyerapan arus informasi sehingga apabila suatu kebijakan diberlakukan tidak gagap dalam beradaptasi dan menyikapinya.

3) Memberdayakan komunitas pendukung

Komunitas pendukung untuk lembaga seperti pesantren adalah forum orang tua/wali santri, paguyuban alumni, dewan penyantun dan lainnya. Dengan adanya komunitas – komunitas tersebut menandakan adanya perhatian dan keseriusan dalam interaksi dengan pesantren. Komunitas pendukung perlu diberdayakan untuk mendukung tujuan organisasi/lembaga sehingga dihasilkan sinergi yang dapat meningkatkan kinerja masing – masing yang bermanfaat untuk memacu akselerasi dalam mencapai tujuan.

4) Bekerja sama dengan pihak lain

Kerja sama dilatari oleh adanya keinginan untuk mencapai tujuan bersama. Namun demikian dalam kerja sama diperlukan ketelitian dalam memilih relasi. Relasi yang kredibel dan memiliki reputasi baik lebih diutamakan dalam menjalin kerja sama karena lebih menjamin.

5) Memerbaiki hubungan dengan relasi

Hubungan yang baik dimulai dengan komunikasi yang baik pula. Untuk itu perlu menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami, tidak ambigu, dan menggunakan istilah yang

tepat. Kesalahpahaman dalam penafsiran pesan yang diterima relasi mengandung resiko seperti bingung, emosi, kecewa dan lainnya. Sedapat mungkin diantisipasi hal tersebut di atas dan bila terjadi kesalahpahaman sesegera mungkin diluruskan dan diklarifikasi kesalahan yang mungkin terjadi pada pengirim pesan.

6) Menggunakan prinsip kesetaraan

Kesetaraan bermuara pada penghargaan terhadap relasi yang menjadi partner kerja organisasi/lembaga. Penghargaan adalah hal yang diharapkan oleh semua relasi di manapun. Penghargaan menunjukkan bagaimana organisasi/lembaga memperlakukan relasi. Penghargaan terhadap relasi akan menjadi pengikat kesetiaan relasi dalam kerja sama yang telah terbangun.

7) Manajemen interaksi

Interaksi antara organisasi/lembaga perlu diatur sedemikian rupa sehingga berjalan sesuai jadwal, fokus pada masalah yang dikerjasamakan, tidak ada komplain dari relasi, memenuhi harapan relasi dan lainnya. Keteraturan dalam pola gerak organisasi/lembaga dalam kerja sama dengan relasi akan lebih terjamin dengan menerapkan manajemen pada interaksi keduanya. Tentu organisasi/lembaga yang melakukan *setting* terhadap semua interaksi yang ada.

8) Menghindari konfrontasi

Konfrontasi hanya berakibat menghabiskan energi, waktu, biaya, dan menimbulkan konsentrasi terpecah sehingga merupakan preseden buruk jika humas tidak jeli dalam mengatur manajemen isu dan resiko. Setiap masalah yang timbul hendaknya dicarikan solusi secepatnya dan diinventarisasi kemungkinan masalah yang muncul dari interaksi dengan semua relasi baik lama maupun baru untuk

meminimalisasi peluang adanya konfrontasi atau jika ada konfrontasi, setidaknya sudah terdeteksi kemungkinan terburuk yang harus diantisipasi penyelesaiannya.

9) Delegasikan kepercayaan pada orang lain

Pendelegasian wewenang (*delegation of authority*) merupakan upaya untuk mengurangi penumpukkan pekerjaan pada humas di samping karena prinsip pembagian tugas (*division of work*). Pendelegasian wewenang akan memungkinkan humas untuk meng-*cover* semua agenda pekerjaannya sehingga kemungkinan terbengkelainya pekerjaan dikarenakan penumpukkan jadwal dapat teratasi. Namun demikian evaluasi terhadap delegasi wewenang tetap diperlukan untuk mengontrol pekerjaan yang didelegasikan sudah dikerjakan secara maksimal atau belum. Membina relasi dapat pula dilakukan dengan *public affairs*<sup>71</sup>. *Public affairs* merujuk pada pengertian aktivitas humas yang difokuskan pada upaya membangun hubungan kebijakan publik antarorganisasi/lembaga. Hubungan ditujukan pada upaya berkolaborasi dalam bersinergi dengan pemerintah sehingga sedikit – banyak dapat menyampaikan aspirasi sesuai kepentingannya. John Paluszek<sup>72</sup> mendefinisikan *public affairs* sebagai upaya membantu sebuah organisasi mengembangkan dan memelihara hubungan dengan berbagai kelompok masyarakat (publik) yang dapat mempengaruhi masa depan. *Public affairs* adalah praktik *public relations* yang menangani kebijakan publik dan publik yang mempengaruhi kebijakan tersebut. Aktivitas dalam *public affairs* adalah upaya memperoleh informasi, pemrosesannya, dan penyebarluasan informasi tersebut. Setelah informasi diperoleh langkah selanjutnya adalah menganalisis dampak informasi tersebut

---

<sup>71</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations*, Afrianto Daud, (terj.)....., 348

<sup>72</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations*, Afrianto Daud, (terj.)....., 349

terhadap organisasi/lembaga. Informasi diteruskan pada pengambil keputusan (*decision maker*) untuk ditindaklanjuti sesuai kebutuhan organisasi/lembaga.

Menurut Sulistyorini<sup>73</sup> membina relasi dapat dilakukan dengan

:

1) Kontak pribadi

Perlakuan terhadap pribadi – pribadi sangat membutuhkan kepekaan karena masing – masing pribadi tidak dapat digeneralisasikan dalam satu standar tertentu. Diperlukan keramahtamahan sikap, empati, perhatian, bahasa yang membuat nyaman dalam berkomunikasi, dan penghargaan terhadap privasi masing – masing.

2) Media massa

Sasaran dalam membina relasi melalui media massa adalah memperoleh publisitas seluas mungkin dalam menyiarkan aktivitas organisasi/lembaga yang perlu diketahui publik, memperoleh tempat dalam pemberitaan media yang menguntungkan organisasi/lembaga terutama dapat menciptakan opini publik yang menguntungkan, memperoleh umpan balik atas suatu aktivitas yang memerlukan respon publik sehingga diketahui apa yang diharapkan publik, memperoleh data yang diperlukan untuk mengevaluasi tentang situasi dan kondisi yang mempengaruhi keberhasilan organisasi/lembaga, dan mewujudkan hubungan yang stabil serta berkesinambungan yang dilandasi saling percaya dan saling menghormati. Alternatif membina relasi adalah melalui *press relations*. *Press relations* menurut Rosady Ruslan<sup>74</sup> adalah suatu kegiatan khusus humas untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu

---

<sup>73</sup>Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Teras, Cet. I, 2009), 158

<sup>74</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public.....*, 168

mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, instansi, produk hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif. Media dan pers merupakan alat pendukung dalam proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan dan program kerja humas yang perlu tersebar secara luas kepada publik. Oleh karena itu media dan pers merupakan *channel* atau saluran penting dalam penyampaian pesan sehingga upaya untuk meningkatkan pengenalan (*awareness*) atau informasi humas hendaknya mendapat prioritas yang tinggi. Dalam membina relasi dengan *press relations* manfaat yang diperoleh antara lain kemampuan untuk membuat *press release*, *news letter*, *photo press* di satu sisi, namun di sisi lain humas harus mampu menguasai teknik penulisan jurnalistik dan presentasi. Membina relasi dalam *press relations* dapat dicapai dengan menerapkan prinsip – prinsip : a) Mutlak diperlukan adanya kejujuran, b) Memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya kepada pers/media, c) Tidak meminta – minta kepada pers misalnya untuk *press release* yang tidak terlalu penting, d) Tidak menutup saluran informasi dengan pernyataan “*no comment*, tidak tahu”, dan yang sejenisnya hingga *off the record* yang berakibat kemungkinan pemberitaan berasal dari sumber yang tidak kompeten sehingga berita menjadi tidak valid dan berdampak negatif bagi organisasi/lembaga, e) Tidak *over publicity* di media massa dengan hal yang tidak jelas dan penting, f) Selalu *update* informasi daftar reporter, alamat, nomor telepon, dan alamat redaksinya sehingga silaturahmi tetap terjaga dengan baik dan terwujud *good press relationship*.

Menurut Cultip Center<sup>75</sup> *press relations* yang harmonis dapat diwujudkan dengan :

- a) Sikap saling menghargai antara kedua belah pihak (*mutual appreciation*).
  - b) Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban, dan tugas sesuai etika profesinaya masing – masing (*mutual understanding*).
  - c) Saling mempercayai akan penting untuk kepentingan bersama dan tidak untuk kepentingan sepihak (*mutual confidence*).
  - d) Sikap saling toleransi antara kedua belah pihak (*tolerance*).
- d. *Personal integrity* (berkepribadian utuh/jujur)

Kepribadian yang utuh dan jujur artinya praktisi/petugas humas harus memiliki kredibilitas yang tinggi, yakni dapat diandalkan dan dipercaya oleh orang lain, dapat diterima karena memiliki kepribadian utuh dan jujur. Humas menjadi sumber berita bagi pers atau media massa sehingga informasi yang disampaikan harus akuntabel dan memiliki nilai berita tinggi.

Tuntutan profesional dalam profesi erat kaitannya dengan kode etik. Kode etik berkaitan dengan prinsip etika tertentu yang berlaku untuk suatu profesi. Paling sedikit ada empat prinsip etika yang berlaku untuk semua profesi yakni : 1) tanggung jawab, 2) keadilan, 3) Otonomi, dan 4) Integritas moral.

Praktisi/petugas humas adalah profesional organisasi/lembaga sehingga pada dirinya melekat citra organisasi/lembaga yang menuntut perannya untuk senantiasa membawanya pada citra yang positif. Oleh karena itu sangat dibutuhkan pemahaman akan kode etika humas sebagai profesinya.

Pada prinsipnya kode etik adalah penegasan komitmen suatu profesi yaitu apa kontribusi yang dapat diberikan pada masyarakat

---

<sup>75</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public.....*, 178

dan dibutuhkan masyarakat. Menurut Sutisna<sup>76</sup> karakteristik dari sebuah pekerjaan, baik nonprofesi maupun yang telah mencapai status profesi. Kode etik profesional lebih eksplisit, sistemik, mengikat, mementingkan kesejahteraan orang lain, dan berorientasi pada pelayanan masyarakat umum. Redaksional dan isi kode etik tentu saja berbeda – beda tetapi esensinya sama yakni pelayanan terhadap klien bahwa profesi didedikasikan untuk memperlihatkan sikap dan perasaan tidak memihak.

Etika sendiri secara etimologi berasal dari Bahasa Inggris *ethic* dan secara terminologi berasal dari Bahasa Latin *ethicus* dan Bahasa Yunani *ethicos* yang berarti himpunan asas – asas nilai atau moral. Langford<sup>77</sup> menjelaskan bahwa pada dasarnya kode merupakan sinonim “aturan sistem” sebagai kerangka moral yang meupakan pemandu bagi pemikiran atau perilaku anggota kelompok, karenanya anggota kelompok akan memiliki konsep yang sama, cara pandang yang sama, dan perilaku yang relatif sama..

Isi kode etik berupa rumusan pernyataan yang memuat nilai – nilai yang dijadikan pedoman dan ikatan dalam melaksanakan tugas profesional. Seorang *public relation officer* atau praktisi/petugas humas harus berpedoman pada kode etik yang berlaku secara nasional maupun internasional. IPRA *code of conduct* adalah kode etik atau kode perilaku humas internasional yang diterima dalam konvensi di Venice pada bulan Mei 1961 dalam ikhtisar sebagai berikut : 1) Integritas pribadi dan moral, 2) Perlakuan kepada klien dan karyawan, 3) Perilaku terhadap publik dan media, 4) Perilaku terhadap teman sejawat.

---

<sup>76</sup> Syaiful Sagala, *Adminstrasi Pendidikan.....*, 210 -211

<sup>77</sup> Syaiful Sagala, *Adminstrasi Pendidikan.....*, 210 -211

Humas perlu mempedomani IPRA *code of conduct* untuk mensukseskan aktivitasnya. Di samping itu perlu dipahami juga *code of conduct* umum dari humas adalah :

1) Kejujuran perorangan dan kejujuran jabatan

Kejujuran perorangan adalah memelihara moralitas dan reputasi yang baik, sedangkan kejujuran jabatan adalah menerima anggaran dasar, anggaran rumah tangga, dan peraturan.

2) Sikap terhadap pelanggan dan pegawai

Sikap yang perlu dikembangkan adalah : a) Adil dan jujur terhadap pelanggan dan pegawai, b) Tidak dibenarkan melakukan kegiatan yang sifatnya persaingan tidak sehat dan merugikan pelanggan dan pegawai lain, c) Tidak diperkenankan memakai metode yang cenderung menurunkan derajat pelanggan dan pegawai lain, d) Menjamin kepercayaan yang diberikan pelanggan, e) Tidak dibenarkan meminta upah pada pelanggan.

3) Sikap terhadap publik dan media

Sikap terhadap publik dan media seyogyanya adalah : a) Melakukan kegiatan dengan menghormati kepentingan publik, b) Tidak ikut serta pada kegiatan yang merusak kerukunan, c) Tidak dibenarkan menyebarkan informasi palsu, d) Tidak dibenarkan mendirikan organisasi baru yang merugikan publik.

4) Sikap terhadap rekan sejawat

Sikap yang tidak dibenarkan adalah : a) Merugikan reputasi jabatan teman, b) Tidak dibenarkan mengambil alih tugas teman, c) Memisahkan diri dan tidak saling mendukung dalam kegiatan.

Humas harus mengerti etika yang lazim dan tidak lazim sehingga dapat senantiasa dapat menjaga citra (*image*) dan opini publik (*public opinion*) terkait organisasi/lembaganya. Hal – hal

tersebut antara lain : 1) *Good communicator for internal and external public*, 2) Tidak terlepas dari kejujuran (*integrity*) sebagai landasan utama, 3) Memberikan kepada bawahan dan karyawan adanya *self of belonging* dan *self of wanted* pada organisasi/lembaga (membuat mereka diakui), 4) Menjaga etika sehari – hari, 5) Menyampaikan informasi – informasi penting pada anggota dan kelompok yang berkepentingan, 6) Menghormati prinsip – prinsip rasa hormat terhadap nilai – nilai kemanusiaan, (7) Menguasai teknik dan cara penanggulangan kasus, 8) Mengenal batas – batas yang berkaitan dengan moralitas dalam profesinya, 9) Penuh dedikasi dalam profesinya,(i) Mentaati kode etik humas.

Di samping mengerti etika yang lazim dan tidak lazim, humas hendaknya mengerti beberapa hal yang tidak boleh dilakukan oleh profesional diantaranya : 1) Menyalahgunakan kepercayaan seperti membocorkan rahasia, korupsi dan lainnya, 2) Memberikan informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sumbernya tidak jelas, dan tidak dapat dicek, 3) Mengadakan kerja sama dengan individu atau kelompok yang dapat merugikan pihak lain ditinjau dari segi moral dan lainnya, 4) Menggunakan metode, cara, dan teknik manipulasi yang mengakibatkan pihak lain kehilangan kebebasan untuk bertindak. Dengan kepribadian yang jujur, utuh, beretika diharapkan citra humas membawa dampak signifikan bagi organisasi/lembaga.

Citra organisasi/lembaga dapat dibedakan menjadi enam<sup>78</sup> yaitu:

a) Citra cermin (*mirror image*)

Citra cermin adalah keyakinan organisasi/lembaga yang merasa dalam posisi baik di mata publiknya. Ketika diadakan survei atau penelitian kondisi yang sebenarnya citranya negatif atau

---

<sup>78</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public.....*, 77

tidak sebaik seperti yang diharapkan pimpinan organisasi/lembaga.

1) Citra kini (*current image*)

Citra adalah kesan yang diperoleh dari publik terkait organisasi/lembaga dan produk layanannya sehingga apabila kurang informasi atau informasi yang masuk pada humas tidak akurat bisa berdampak pada citra kini yang negatif karena respons yang dimungkinkan tidak tepat karena informasi yang tidak tepat pula.

2) Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan citra yang diharapkan dapat dicapai oleh organisasi/lembaga di mata publiknya yaitu citra positif terhadap lembaga maupun produk layanannya.

3) Citra serbaneka (*multiple image*)

Citra serbaneka merupakan pelengkap citra organisasi/lembaga yakni bagaimana humas akan mengenalkan identitas organisasi/lembaga, logo, *brand's name*, seragam, *front liner*, gedung, *lobby* kantor dan lainnya. Semua hal tersebut dikemas menjadi serbaneka yang mendukung citra organisasi/lembaga.

4) Citra penampilan (*performance image*)

Citra penampilan lebih ditujukan pada subjeknya yakni bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) profesional, petugas, pegawai, dan lainnya pada organisasi/lembaga tersebut.

e. *Imagination* (memiliki imajinasi yang kuat)

Imajinasi humas sangat penting artinya karena kreativitas humas sangat dibutuhkan organisasi/lembaga dalam hal memajukan organisasi dan manajemen isu/krisis. Posisi humas sangat vital bagi organisasi/lembaga sehingga posisi strategis ini akan lebih baik jika secara struktural langsung ada di bawah *top management* karena koordinasi menjadi tidak memakan waktu.

Kepiawaian praktisi/petugas humas dalam menjalankan aktivitasnya berinteraksi dengan publiknya merupakan representasi organisasi/lembaga secara keseluruhan. Humas harus memahami *blue print* menyeluruh dari organisasi/lembaga. Perencanaan secara menyeluruh yang tergambar dalam visi dan misi organisasi/lembaga harus diimplementasikan dalam rencana strategis dan rencana taktis sebagai jembatan mencapai tujuan dan antisipasi ketidakpastian sehingga dapat diprediksi kemungkinan – kemungkinan yang akan terjadi sehingga memudahkan manajemen isu atau manajemen resiko untuk meminimalisasi dampak terburuk yang mungkin terjadi.

Rencana strategis adalah rencana jangka panjang yang dibuat oleh manajemen puncak. Perjalanan organisasi untuk kurun waktu tertentu yang menyangkut tujuan utama dan kebijakan dalam pengimplementasiannya diatur dalam rencana strategis. Lain halnya dengan rencana taktis yang di dalamnya berisi rencana spesifik untuk setiap level organisasi/lembaga dalam rangka pengimplementasian rencana strategis.

Dalam memulai proses rencana strategis, hal yang perlu dilakukan adalah memprediksi masa depan. Rencana selalu terkait masa depan. Hambatan apa yang mungkin terjadi di masa mendatang harus diantisipasi dengan prediksi untuk menentukan dampak yang mungkin timbul dan berpengaruh terhadap program yang telah tersusun menjadi *blue print* kegiatan organisasi/lembaga. Tujuan melakukan prediksi terhadap masa depan adalah untuk lebih memahami lingkungan publik yang akan membentuk opini publik. Usaha ini dirancang untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan kelompok *stakeholder* sehingga sikap, opini, dan perilakunya dapat diprediksi secara akurat.

Ketajaman imajinasi humas dapat pula dilakukan dengan sejumlah langkah lain dalam mengantisipasi dan memprediksi masa depan yang tentunya penuh ketidakpastian atau pun tantangan yang sedini mungkin perlu diidentifikasi sehingga dalam merencanakan program mendekati apa yang menjadi harapan dan tujuan organisasi/lembaga. Sejumlah agenda yang dapat dilaksanakan antara lain : 1) Survei opini publik yakni memprediksi reaksi publik terhadap inisiatif atau tindakan dan aktivitas humas yang direncanakan dan diprogramkan terhadap publik, 2) *Brainstorming* yakni curah gagasan dalam diskusi kelompok untuk memperoleh ide baru dan kreatif. Biasanya dipilih sejumlah tema untuk kemudian semuanya dibahas dan dipadukan untuk kemudian dipilih yang paling sesuai, 3) Konstruksi skenario yakni sebuah deskripsi masa depan yang logis (skenario) dikonstruksi untuk mengeksplorasi dinamika dari berbagai alternatif yang ada.

Agenda – agenda program kerja humas setidaknya sudah melekat dalam benak praktisi/petugas humas karena hal tersebut merupakan aktivitas rutin yang mana tahun sebelumnya telah dilaksanakan sehingga dapat diilustrasikan untuk tahun berikutnya. Ada pun rencana yang dapat diilustrasikan untuk tahun berikutnya misalnya kampanye dan prosedur yang dapat ditempuh antara lain<sup>79</sup>: 1) Menetapkan tujuan terkait dengan *mission statement* yakni kesatuan pada tujuan harus menjadi langkah awal dalam memutuskan apa yang harus ditempuh humas dan menjadi kebutuhan program humas. Jangan sampai program saling berbenturan baik jadwal maupun tujuannya sehingga perlu dievaluasi baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang sehingga dapat dibedakan mana yang termasuk rencana taktis dan strategis dikaitkan dengan pernyataan misi organisasi, 2)

---

<sup>79</sup> Dan Lattimore et. al., *Humas*, Afrianto Daud (terj.)....., 132 -133

Menetapkan situasi saat ini yakni pentingnya pengumpulan data yang valid dan lebih baik lagi jika didukung riset untuk mematangkan *input* data dalam sebuah rencana. Ketika program telah disusun pun sangat penting artinya untuk melakukan *updating* data sehingga bila situasinya berubah dapat dibuat penyesuaian – penyesuaian karena rencana yang tidak sesuai dengan ruang dan waktu akan sangat mubazir. Identifikasi masalah berdasarkan data setidaknya dapat menjawab pertanyaan masalahnya kecil atau besar, bidang yang luas cocok apa tidak dengan masalah tersebut, apakah masalah tersebut nyata dihadapi publik, apa latar belakang fakta dan masalah klien, jika masalah banyak bagaimana mengurainya, apakah perlu riset tambahan, apa perlu audit humas dan lainnya, 3) Menentukan ancaman dan peluang dalam pencapaian tujuan yakni menentukan langkah dan mengidentifikasi apa yang dapat menunjang atau pun menghambat tujuan organisasi/lembaga yang telah ditetapkan. Tentu saja sumber daya organisasi/lembaga (manusia, modal) hal yang dapat menunjang tujuan sebaliknya kekurangan akan hal tersebut di atas dapat menjadi hambatan dalam mencapai tujuan di samping hal lain seperti struktur organisasi dan kebijakan yang dibuat organisasi/lembaga, 4) Meneliti dan menyeleksi audiensi target yakni dari riset awal dokumen rencana harus menjelaskan audiensi targetnya apa, apa hal dan minat yang menarik perhatian audiens, mendefinisikan gaya hidup mereka, serta menentukan hal kekuatan relatif dari setiap hal yang menjadi daya tarik yang mungkin dilakukan. Dalam menyeleksi audiensi hal yang perlu diingat adalah mengidentifikasi dan mengkategorikan mereka menjadi publik primer dan publik sekunder dan menentukan mana yang menjadi audiensi target atau *stakeholder* yang harus dijangkau jika program humas berhasil. Riset awal juga harus dapat membantu menganalisis sikap, opini, dan perilaku audiensi target, 5)

Mengembangkan tema untuk program atau kampanye yakni tema tidak selalu menjadi keharusan tapi tema yang kreatif bisa menjadi sejenis *branding* yang berpengaruh pada keberhasilan humas. Tema yang efektif mencakup esensi rencana kampanye, pendek sekitar 35 kata, dapat bertahan lama, 6) Mengembangkan sasaran rencana atau kampanye yakni sasaran adalah jantung rencana karenanya sasaran harus fokus pada masalah prioritas. Sasaran ditulis dalam bentuk inisiatif. Adapun kriteria penulisan dan pemilihan sasaran adalah sasaran harus terkait tujuan umum organisasi/lembaga, didefinisikan dengan jelas, berorientasi peningkatan, spesifik, terukur, dan dapat dicapai, 7) Menciptakan strategi untuk mencapai sasaran yakni cara yang digunakan untuk mencapai sasaran, 8) Membuat taktik untuk implementasi strategi yakni tindakan spesifik dan langsung untuk mewujudkan rencana, 9) Membuat teknik evaluasi yakni penilaian yang dapat dibedakan atas evaluasi formatif yang merupakan evaluasi beberapa fase ketika program berjalan termasuk kemungkinan perubahan di tengah pelaksanaan program dan evaluasi total yakni evaluasi atas apa yang salah dan benar dan mengapa demikian setelah kampanye dilaksanakan, 10) Membuat anggaran yakni pembiayaan program dan ini hal yang sangat esensial.

Bagaimana humas menerjemahkan rencana strategis dan rencana taktis sangat terkait dengan imajinasi yang kuat dari praktisi/petugas humas. Kemampuan tersebut sangat diperlukan untuk menunjang keberhasilan humas sebagai mata dan telinga organisasi/lembaga. Bagaimana humas tidak gagap membaca situasi kondisi yang berkembang pada publiknya dan bagaimana menyikapinya setidaknya sudah tergambar dalam dua rencana tersebut di atas.

### 3. Fungsi Humas

Pesantren dan lembaga pendidikan lainnya berada di tengah masyarakat yang dinamis. Sebagai lembaga pendidikan berbasis masyarakat pesantren merupakan bagian integral masyarakat yang senantiasa mau tidak mau sedikit banyaknya harus memantau *trend* perkembangan masyarakat. Dependensi pesantren dan masyarakat merupakan simbiosis mutualisme dimana pesantren membutuhkan *input* santri dari masyarakat dan masyarakat sebagai pengguna *output*.

Masyarakat merupakan salah satu kekuatan pendorong perilaku organisasi seperti pesantren. Pesantren dituntut mampu beradaptasi dengan dinamika masyarakat seperti telah dibuktikan sejarah sejak era Maulana Malik Ibrahim sang “*The father of early pesantren in Jawa*” hingga saat ini. Namun perubahan yang drastis pada masyarakat modern seperti saat ini yang mana tantangan era informasi saat ini memerlukan peran khusus pada pola hubungan dengan masyarakat. Komunikasi dengan masyarakat perlu lebih tertata, terencana, memanfaatkan media komunikasi yang tersedia utamanya yang sedang *trend* di tengah masyarakat, dan dievaluasi secara periodik. Pesantren memerlukan humas yang akan menjalankan semua fungsi tersebut.

Humas berfungsi menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi/lembaga dengan publiknya (intern dan ekstern) dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan opini publik<sup>80</sup>. Fungsi humas tersebut diharapkan dapat menjadikan humas sebagai “mata, telinga, dan tangan kanan” organisasi/lembaga. Edwin Emery<sup>81</sup> menyatakan bahwa humas merupakan upaya terencana dan terorganisasi dari sebuah lembaga untuk menciptakan hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya.

---

<sup>80</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 147 - 148

<sup>81</sup> Edwin Emery, *Introduction to Mass Communication*, (New York : Harper Row Publishers, Edition XIX), 1988), 382

Menurut Rismi Somad dan Donni Juni Priansa<sup>82</sup> humas berfungsi :

- a) Memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik publik pada umumnya.
- b) Menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- c) Merupakan unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik sesuai harapan publik namun kekhasan dalam organisasi/lembaga.
- d) Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi/lembaga dengan publik sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai *input* bagi organisasi/lembaga yang bersangkutan.

Humas berinteraksi dengan komunikasi timbal – balik antara organisasi/lembaga dengan publiknya untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*), dan dukungan (*public support*) bagi tercapainya tujuan, kebijakan, dan langkah organisasi/lembaga. Semua hal tersebut untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*goodwill*) publiknya dan memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk mengembangkan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis (*comfort*).<sup>83</sup>

Menurut Cultip Center<sup>84</sup> fungsi humas lainnya yaitu *press relations* sehingga dapat diwujudkan :

- a) Sikap saling menghargai antara kedua belah pihak (*mutual appreciation*)
- b) Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban, dan tugas sesuai etika profesinaya masing – masing (*mutual understanding*).
- c) Saling mempercayai akan penting untuk kepentingan bersama dan tidak untuk kepentingan sepihak (*mutual confidence*).

---

<sup>82</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 218

<sup>83</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar – Dasar.....*, 87

<sup>84</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 226

d) Sikap saling toleransi antara kedua belah pihak (*tolerance*).

Humas memiliki fungsi timbal balik dalam menjalankan aktivitasnya yakni ke dalam organisasi/lembaga berusaha mengidentifikasi hal – hal yang dapat menimbulkan sikap dan *image* negatif sebelum tindakan atau kebijakan dilakukan sedang ke luar organisasi/lembaga humas berusaha menumbuhkan sikap dan *image* positif terhadap tindakan atau kebijakan organisasi/lembaganya. Sedang fungsi seluas mungkin sehingga kebijakan, program, serta tindakan organisasi/lembaga memperoleh legitimasi publik berupa *public support* dan *public acceptance*.

Humas memainkan peran sebagai juru bicara dan koordinator semua sirkulasi informasi sehingga peran strategis ini seharusnya membuat posisi humas ditempatkan langsung di bawah *top management* dan sebagai bagian dari mekanisme pengambilan keputusan organisasi/lembaga.

#### 4. Tujuan dan Sasaran Humas

Rismi Somad dan Donni Juni Priansa<sup>85</sup> menyebutkan tujuan humas adalah :

- a) Mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan – kegiatan baru yang dilakukan oleh organisasi/lembaga.
- b) Meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
- c) Menyebarkan cerita sukses yang telah dicapai organisasi/lembaga kepada masyarakat dalam rangka mendapat pengakuan.
- d) Memperkenalkan organisasi/lembaga kepada masyarakat luas dan membuka akses baru.
- e) Memperbaiki hubungan antara organisasi/lembaga dengan masyarakat jika terdapat kecaman, kesangsian atau salah paham di kalangan masyarakat.

---

<sup>85</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 219

- f) Mendidik pelanggan agar lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk dan layanan organisasi/lembaga.
- g) Meyakinkan masyarakat bahwa organisasi/lembaga mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya krisis.
- h) Meningkatkan kemampuan dan ketahanan organisasi/lembaga dalam menghadapi risiko pengambilalihan oleh pihak lain.
- i) Menciptakan identitas/brand organisasi/lembaga yang baru.
- j) Menyebarkan informasi aktivitas dan partisipasi pimpinan dalam kehidupan sosial sehari – hari.
- k) Mendukung keterlibatan organisasi/lembaga sebagai sponsor suatu acara.
- l) Menyebarkan berbagai kegiatan riset yang telah dilakukan agar masyarakat luas mengetahui bahwa organisasi/lembaga mengutamakan kualitas produk dan layanan.

Sulistiyorini<sup>86</sup> menjelaskan tujuan dan sasaran hubungan (humas) organisasi/ lembaga seperti sekolah/pesantren sebagai berikut :

- a) Mengembangkan pembinaan pengertian masyarakat tentang semua aspek/bidang pelaksanaan program pendidikan di sekolah/madrasah atau pesantren. Pemahaman terhadap program sangat penting diketahui masyarakat agar masyarakat termotivasi untuk memberikan bantuan yang maksimal terhadap terlaksananya program sehingga kesadaran untuk memasukkan putera – puterinya atau memberikan bantuan finansial meningkat.
- b) Menampung harapan – harapan tentang tujuan pendidikan di sekolah/madrasah atau pesantren. Tujuan pendidikan perlu diketahui dan disepakati bersama melalui pertemuan/forum rutin karena lulusan akan kembali kepada masyarakat sebagai pengguna/pelanggan.
- c) Memperoleh partisipasi, dukungan, dan bantuan secara konkret dari masyarakat

---

<sup>86</sup> Sulistiyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 151

- d) Menumbuhkan dan membangkitkan rasa tanggung jawab yang lebih besar pada masyarakat terhadap kelangsungan program pendidikan di sekolah/madrasah atau pesantren secara tepat.
- e) Mengikutsertakan masyarakat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi sekolah/madrasah atau pesantren menyangkut siswa, guru, perlengkapan, keuangan, dan perumusan program.

Kesimpulannya tujuan dan sasaran humas adalah adalah berperan dalam ke dalam menjaga kondusivitas organisasi/lembaga seperti menjaga ketahanan organisasi/lembaga dengan cara seperti meningkatkan bobot pegawai, menciptakan *branding*, memperbaiki hubungan sedangkan ke luar menciptakan opini publik positif seperti menyebarkan cerita sukses, menampung harapan masyarakat, meningkatkan partisipasi, mendorong tanggung jawab, menyebarluaskan aktivitas organisasi/lembaga kepada masyarakat, dan mendidik pelanggan.

#### 5. Program Kerja dan Aktivitas Humas

Cultip Center<sup>87</sup> menyatakan bahwa proses penyusunan program kerja humas melalui empat proses tahapan atau empat langkah sebagai berikut :

##### a. Penelitian dan mendengarkan (*research and listening*)

Dalam tahap ini opini dan respon publik berkaitan dengan kebijakan dan program organisasi/lembaga diteliti. Setelah ditemukan fakta – fakta dan informasi yang berkaitan dengan kepentingan organisasi/lembaga maka muncul pertanyaan : “*What’s our problem?*” Tindakan selanjutnya adalah mengambil keputusan untuk menentukan program.

##### b. Perencanaan dan mengambil keputusan (*planning – decision*)

Setelah penelitian dilakukan dan menemukan permasalahan yang sebenarnya maka muncul pertanyaan selanjutnya : “*Here’s what*

---

<sup>87</sup> Scott M Cultip dan Allen H. Center dalam Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta : RajaGrafindo Persada, Cet. XIII, 2016), 148

*we can do?*” Tindakan selanjutnya adalah merumuskan atau menyusun program kerja.

c. Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*communication – action*)

Pada tahap ini langkah – langkah yang akan diambil dikomunikasikan sehingga menimbulkan kesan efektif kepada pihak – pihak yang berpotensi memberikan dukungan. Pertanyaan selanjutnya yang muncul adalah : “*Here’s what we did and why?*”

d. Mengevaluasi (*evaluation*)

Pada tahap ini humas mengevaluasi terhadap hasil – hasil program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan.

Proses perencanaan program kerja humas menurut Rismi Somad dan Donni Juni Priansa<sup>88</sup> yakni :

a. Mendefinisikan masalah (*defining the problem*)

Pada proses ini dilakukan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, sikap, opini, perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah ini memunculkan pertanyaan : “Apa yang sedang terjadi sekarang?”

b. Merencanakan dan memprogram (*planning and programming*)

Informasi yang terkumpul pada tahap pertama digunakan untuk mengambil keputusan terkait publik, tindakan, sasaran, strategi komunikasi program. Pertanyaan yang muncul pada tahap ini : “Kita telah mempelajari situasi ini berdasar apa, apa yang harus diubah, dilakukan, atau dikatakan?”

c. Mengambil aksi dan mengkomunikasikan (*taking action and communication*)

Pada tahap ini mengimplementasikan program baik tindakan maupun komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik terhadap publik untuk mencapai sasaran program. Pertanyaan yang muncul pada tahap ketiga ini : “Siapa yang akan

---

<sup>88</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 225

melaksanakan dan memberitahukan program ini, kapan, dimana, dan bagaimana?”

d. Mengevaluasi program (*evaluate to program*)

Penyesuaian telah dibuat berdasarkan umpan balik (*feedback*) pada saat mendefinisikan masalah (*defining program*) kemudian dirumuskan dalam perencanaan, diimplementasikan, dan langkah keempat atau langkah terakhir adalah evaluasi program humas untuk menentukan apakah program telah berhasil, dilanjutkan atau bahkan dihentikan. Pertanyaan yang muncul adalah : “Bagaimana yang sedang kita kerjakan atau bagaimana yang telah kita kerjakan?”

Aktivitas humas<sup>89</sup> terbagi atas beberapa kegiatan diantaranya :

a. Publikasi (*publication*)

Humas bertugas menyebarluaskan informasi kepada publik melalui berbagai media komunikasi yang ada sehingga visi, misi, program, kegiatan, citra organisasi/lembaga memperoleh publisitas yang menguntungkan organisasi/lembaga yang bersangkutan.

b. Acara – acara (*events*)

Humas hendaknya memiliki kreativitas untuk merancang berbagai acara untuk memperkenalkan produk dan layanan organisasi/lembaga sehingga opini publik yang positif dapat diraih sehingga semakin mendekatkan diri dengan masyarakat yang sangat penting dalam era persaingan mutu seperti sekarang ini.

c. Pemberitaan (*news*)

Berusaha menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, buletin, dan lainnya. Seorang praktisi humas dituntut memiliki kemampuan menulis yang baik untuk menjang penyusunan naskah berita sehingga membantu terwujudnya publisitas organisasi/lembaga.

d. Kepedulian terhadap komunitas (*community involvement*)

---

<sup>89</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 221

Humas merepresentasikan organisasi/lembaga yang diwakilinya dalam berinteraksi dengan publik baik internal maupun eksternal. Bagaimana humas melakukan kontak sosial terhadap kelompok – kelompok masyarakat sangat berpengaruh terhadap *image* organisasi/lembaga sehingga perlu ditumbuhkan kesan yang kuat bahwa organisasi/lembaganya memiliki kepedulian terhadap hal tersebut.

e. Menginformasikan dan membangun (*inform and build image*)

Salah satu fungsi humas adalah menyebarluaskan informasi dan mengatur sirkulasi informasi sehingga menarik perhatian publik. *Updating* informasi perlu terus – menerus dilakukan sehingga publik tidak menerima informasi yang *out of date* dan merugikannya, misalnya informasi pendaftaran santri baru, informasi biaya pendidikan, informasi dana pengembangan pesantren, dan lainnya.

f. Lobi dan negosiasi (*lobbying and negotiation*)

Lobi merupakan upaya pendekatan dan negosiasi adalah perundingan yang keduanya harus bisa dimainkan oleh seorang praktisi humas dalam menjalankan tugasnya. Lobi dan negosiasi dilakukan untuk memenangkan organisasi/lembaga dalam suatu kegiatan atau masalah misalnya perizinan yang sulit, sengketa lahan, dan lainnya.

g. Tanggung jawab sosial (*social responsibility*)

Menunjukkan rasa kepedulian sosial kepada publik adalah hal yang akan mengundang simpati publik dan menjadi nilai plus organisasi/lembaga yang akan meningkatkan opini publik yang positif. Kegiatan sosial yang dapat dilakukan misalnya santunan anak yatim/piatu, beasiswa santri, program bedah rumah, khitanan massal, paket sembako murah, rehabilitasi masjid/musholla, dan lainnya.

## 6. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan sarana yang dipakai humas dalam sirkulasi informasi humas dalam rangka publikasi dan memperoleh publisitas. Umumnya media komunikasi yang digunakan humas meliputi media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, buletin, brosur, *leaflet*, *print out*, baliho), media elektronik (radio, televisi), media internet (web, blog, facebook, whatsapp, instagram dan lainnya), media konvensional seperti *special events* (bazaar, rapat, pertemuan, *open house*, kerja bhakti, PHBI/PHBN, pertandingan persahabatan, santunan, kerja sama kegiatan dan lainnya).

Menurut Moore<sup>90</sup> media komunikasi dalam rangka publikasi dan memperoleh publisitas meliputi iklan, film, peristiwa khusus (*special events*), dan komunikasi lisan. Rosady Ruslan<sup>91</sup> menambahkan bahwa media komunikasi humas terdiri dari *house journal* (untuk kalangan terbatas seperti karyawan, relasi, dan konsumen), *printed material* (brosur, *leaflet*, *booklet*, suplemen, kalender, kartu nama), *broadcasting media*, dan internet, serta *special events* (pameran, seminar, presentasi, dan diskusi panel).

## 7. Model dan Praktik Humas

Grunig dikutip Rosady Ruslan<sup>92</sup> menyebutkan perkembangan humas dalam praktiknya dibedakan atas empat model yakni :

### a. Model agensi pers atau model propaganda

Pada model ini humas melakukan komunikasi searah untuk mencapai tujuan mendapatkan publisitas yang menguntungkan, khususnya ketika berhadapan dengan media massa. Informasi yang disampaikan terkadang tidak jujur atau tidak benar untuk tujuan memanipulasi hal negatif atas organisasi/lembaganya.

### b. Model informasi publik

<sup>90</sup> Frazier Moore, *Humas*, Liliwati Trimo (terj.)....., 191

<sup>91</sup> Rosdy Ruslan, *Manajemen Public*....., 216

<sup>92</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public*....., 60

Dalam hal ini humas bertindak sebagai *journalist in residence* yaitu humas bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan berita kepada publik dan mengendalikan informasi kepada media massa. Model ini lebih banyak mengandung kebenaran karena penyebaran informasinya dilakukan melalui *news letter*, brosur, dan surat langsung (*direct mail*).

c. Model asimetris dua arah (*two way asymmetrical model*)

Humas dalam praktiknya memainkan peran dalam penyampaian informasi berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah (*scientific strategy*) dalam upaya membujuk publik supaya bersedia bekerja sama dan bersikap atau berpikir sesuai harapan organisasi/lembaganya.

d. Model simetris dua arah (*two way symmetrical model*)

Humas bekerja berdasarkan penelitian dan menggunakan teknik komunikasi untuk mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategik.

Model ini lebih dapat diterima dan lebih etis dalam penyampaian pesan, informasi, komunikasi untuk membangun saling pengertian, pemahaman, dan saling mempercayai antara dua pihak.

## C. Manajemen Humas

### 1. Pengertian Manajemen Humas

Merujuk berbagai definisi terminologis yang disampaikan para pakar manajemen dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah cara yang digunakan pimpinan yang tersistem dalam proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang berfungsi mencapai tujuan yang merupakan tugas dalam aktivitas usaha/operasional.

Sedangkan definisi terminologis humas menurut pendapat para ahli humas dapat disimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang bertugas mengevaluasi sikap publik dan menangani isu – isu

sehingga organisasi/lembaga dapat beradaptasi dalam rangka membentuk citra positif organisasi terhadap publiknya menyangkut citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciations*), dan toleransi (*tolerance*).

R.W. Morrel mendefinisikan manajemen “*management is that activity in the organization and the deciding upon the ends of the organization and deciding upon the means by which the goals are to be affectedively reached*”<sup>93</sup> yang berarti manajemen adalah kegiatan di dalam sebuah organisasi dan penetapan tujuan organisasi serta penetapan penggunaan alat – alat dengan tujuan mencapai tujuan yang efektif.

IPRA (*International Public Relations Association*) mendefinisikan humas sebagai berikut :

*Public relations is a management function of continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom they are or may be concerned by evaluating public opinion about themselves, in order to achieve by planned and more efficient fulfilment of their common interest*

Mc Elreath<sup>94</sup> mendefinisikan manajemen humas :

*Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meeting to international satellite linked press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house to grassroots political campaign, from public services announcement to crisis management*

Syamsudin Serero<sup>95</sup> mendefinisikan manajemen humas (*public relations*) sebagai salah satu proses dalam menangani perencanaan,

---

<sup>93</sup> R. W. Morrel, *Management : Ends and Means*, San Francisco : Chandler Publishing, 1969) dalam Didin Kurniadin dan Imam machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), 28

<sup>94</sup> Mc Elreath, *Managing Systemic and Ethical Public Relations*, Madison Wisconsin : Brown & Mark, 1993) dalam Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations*, 31

pengorganisasian, mengkomunikasikan serta mengkoordinasikan dengan serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama bagi sebuah lembaga atau organisasi

Bahwa manajemen humas adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

Manajemenhumasmeliputi kegiatan manajemen yang fokusnya<sup>96</sup> :

a. *Communication management*

*The public relations role that calls for developing communications objectives that are consistent with an organization's overall objectives. As two-way communicators, public relations practitioners interact directly with key publics, relaying the resulting information (with recommendations) to other members of the management team.*

b. *Crisis management*

*Establishing methods and policies to be used when an organization's operations become involved in an emergency affecting the public. This includes policies and procedures for the distribution of information to employees, media, government and other key publics. To view a sample media analysis report that uses crisis management.*

c. *Issues management*

*This involves identifying problems, issues and trends relevant to an organization and then developing and executing a program to deal with them. Included is the study of public policy matters of concern to an organization.*

d. *Relationship management.*

---

<sup>95</sup> <http://shirotona.blogspot.com.au/2014/12/konsep-manajemen-humas-public-relation.html>

Diakses 18 Mei 2017 Pukul 10.27 WIB

<sup>96</sup> <https://www.mediamiser.com/resources/pr-glossary/public-relations-management-roles/>

Diakses tgl 15 September 2016 pukul 14.49 WIB

*This involves the role of public relations in identifying key publics and establishing strategies for building and maintaining mutually beneficial relationships with those publics.*

- e. *Reputation or image management*  
*The planning and implementing of policies, procedures, and strategies that demonstrate an organization's commitment to public and social responsibility, ethical behaviour, corporate identity and reputation with key publics.*
- f. *Resource management*  
*PR's management of human and financial resources revolves around setting objectives, planning, budgeting, recruiting, and hiring PR staff and administering those resources.*
- g. *Risk management*  
*As preventive PR, this role involves helping an organization recognize areas of potential danger and recommending needed changes before potential dangers develop into crises.*
- h. *Strategic management*  
*Acting as a counselor, the PR practitioner serves on the management team helping the organization develop sound policies that are in the best interests of the public as well as the organization. The PR practitioner integrates an understanding of the concerns and attitudes of key publics into the organization's managerial decision-making process.*

Dengan demikian manajemen humas adalah adalah kegiatan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu komunikasi dari skala terkecil seperti pertemuan kelompok kecil, pembuatan brosur, pemasangan pengumuman, *open house* hingga skala besar seperti konferensi internasional, kampanye via multimedia, hingga penanganan manajemen krisis, manajemen komunikasi, manajemen isu, manajemen reputasi, manajemen relasi, manajemen sumber daya, manajemen resiko, dan manajemen strategis humas.

## 2. Fungsi dan Peran Manajemen Humas

Humas membidangi sirkulasi informasi dengan berbagai *special events* yang menyertainya dalam rangka penyebarluasan informasi kepada publik sehingga tercapai tujuan yang yang ditetapkan

organisasi/lembaga. Implementasi peran manajemen humas dalam pengembangan lembaga pendidikan Islam menurut Mulyono<sup>97</sup> adalah:

- a. Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya.
- b. Membantu pemimpin yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yangmemerlukannya.
- c. Membantu pemimpin mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu.
- d. Melaporkan tentang pikiran-pikiran yang berkembang dalam masyarakat tentang masalah pendidikan.
- e. Membantu kepala sekolah/direktur bagaimana usaha untuk memperoleh bantuan dan kerja sama.
- f. Menyusun rencana bagaimana cara - cara memperoleh bantuan untuk kemajuan pelaksanaan pendidikan.

Menurut Syamsudin Serero<sup>98</sup> fungsi manajemen humas terbagi atas fungsi :

- a. Perencanaan (*planning*), yang dapat diartikan sebagai hal, cara atau hasil kerja merencanakan (berniat untuk melakukan sesuatu). Fungsi perencanaan meliputi kegiatan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biaya yang dibutuhkan.
- b. Pengorganisasian (*organizing*), diartikan sebagai kegiatan membagi tugas-tugas kepada orang lain yang terlibat dalam lembaga pendidikan. Fungsi pengorganisasian bertujuan untuk

---

<sup>97</sup> Mulyono, "Teknik Manajemen Humas dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam 165 – 184" (Jurnal Ulumuna), (Mataram : IAIN Mataram, 2011, Volume XV Nomor 1), 174 - 180

<sup>98</sup> <http://shirotona.blogspot.com.au/2014/12/konsep-manajemen-humas-public-relation.html>  
Diakses 18 Mei 2017 Pukul 10.27 WIB

menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas. Fungsi pengorganisasian meliputi pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan, menetapkan wewenang dan tanggungjawab, sistem komunikasi, serta mengkoordinir kerja setiap karyawan.

- c. Penggerakan (*actuating*), didefinisikan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada anggota sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan yang diinginkan. Fungsi penggerakan dilakukan untuk merangsang anggota-anggota melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik.
- d. Pengarahan (*leading*), fungsi pengarahannya dilakukan agar kegiatan yang dilakukan bersama tetap melalui jalur yang ditetapkan, tidak terjadi penyimpangan yang menimbulkan terjadinya kesalahan dan pemborosan.
- e. Pengawasan (*controlling*), dapat diartikan sebagai salah satu kegiatan untuk mengetahui realisasi kegiatan. Secara umum pengawasan dikaitkan dengan upaya mengendalikan, membina, dan pelurusan sebagai upaya pengendalian kualitas secara sistematis.
- f. Motivasi (*motivating*), adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keefektifan kegiatan. Secara umum motivasi dapat didefinisikan sebagai faktor-faktor yang menggerakkan dan mengarahkan tingkah laku. Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan.

Berdasarkan dua pendapat tersebut di atas humas memiliki fungsi dan peran dalam menjalankan kegiatannya. Menurut [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id) fungsi berkaitan dengan tugas sedang peran berkaitan dengan tindakan. Fungsi humas secara ringkas kaitannya dengan lembaga pendidikan Islam seperti pesantren adalah perencanaan (*planning*),

pengorganisasian (*organizing*), pergerakan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), pengarahan (*leading*), dan motivasi (*motivating*). Sedangkan peran humas memberikan informasi kepada publik, menyampaikan bahan informasi yang perlu penyelesaian dan informasi yang berkembang di masyarakat, membantu pimpinan dalam mengadakan kerja sama dan mempersiapkan langkah – langkah kerja sama serta mencari bantuan guna pengembangan lembaganya.

### 3. Strategi dan Teknik Humas

Menurut kbbi.web.id strategi memiliki pengertian rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus sedangkan teknik adalah metode atau sistem mengerjakan sesuatu. Ahmad S. Adnanputra dikutip Indhira Hari Kurnia<sup>99</sup> menyebutkan bahwa humas dalam melaksanakan aktivitasnya perlu menerapkan strategi guna mencapai hasil maksimal sesuai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Ada pun strategi humas yang berkaitan dengan fungsi-fungsi humas secara integral melekat pada manajemen suatu organisasi/lembaga, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
- b. Identifikasi unit-unit sasarannya.
- c. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
- d. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
- e. Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi *public relations*.
- f. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintah dan lain sebagainya.
- g. Langkah terakhir adalah menjabarkan strategi *public relations*, dan taktik atau cara menerapkan langkah – langkah program yang telah direncanakan, mengkomunikasikan, dan penilaian/evaluasi hasil kerja.

---

<sup>99</sup> Indhira Hari Kurnia, *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah : Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta*, (Jurnal), (Surakarta : UNS, 2013, Volume I Nomor 2), 1 – 15

Teknik humas lembaga pendidikan Islam menurut Mulyono<sup>100</sup> meliputi teknik tertulis, lisan, peragaan, dan elektronik.

a. Teknik tertulis

Hubungan antara sekolah/pesantren dan masyarakat dapat dilakukan melalui teknik tertulis, yang meliputi: 1) Buku kecil pada permulaan tahun pelajaran baru, isinya memuat tentang tata tertib, syarat-syarat masuk, hari - hari libur dan hari efektif. Buku itu dibagikan kepada orang tua peserta didik. 2) Pamflet, ini merupakan selebaran yang biasanya berisi tentang sejarah lembaga pendidikan tersebut, staf pengajar, fasilitas yang tersedia, dan kegiatan belajar. Pamflet ini selain dibagikan ke orang tua/wali murid juga bisa disebar ke masyarakat umum, selain untuk menumbuhkan pengertian masyarakat juga sekaligus untuk promosi lembaga. 3) Berita kegiatan peserta didik, berita ini dapat dibuat sederhana mungkin pada selebaran kertas yang berisi informasi singkat tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan di lembaga pendidikan. Dengan membacanya orang tua siswa mengetahui apa yang terjadi di lembaga pendidikan tersebut, khususnya kegiatan yang dilakukan peserta didik. 4) Catatan berita gembira, teknik ini sebenarnya mirip dengan berita kegiatan peserta didik, keduanya sama - sama ditulis dan disebar ke orang tua. Hanya saja catatan berita gembira ini berisi tentang keberhasilan seorang peserta didik. Berita tersebut ditulis di selebaran kertas dan disampaikan kepada wali murid atau bahkan disebar ke masyarakat. 5) Buku kecil tentang cara membimbing anak, dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis dengan orang tua, kepala sekolah/direktur atau guru/*ustadz*. dapat membuat sebuah buku kecil yang sederhana yang berisi tentang

---

<sup>100</sup> Mulyono, “*Teknik Manajemen Manajemen Humas dalam Pengembangan LPI (165 – 184)*”, Jurnal Ulumuna, (Mataram : IAIN Mataram, 2011 ,Volume XV Nomor I,) 174 - 180

cara membimbing anak yang efektif, kemudian buku tersebut diberikan kepada orang tua/wali murid.

b. Teknik Lisan

Hubungan sekolah/pesantren dengan masyarakat dapat juga melalui teknik lisan, misalnya melalui kegiatan: 1) Kunjungan rumah, dalam rangka mengadakan hubungan dengan masyarakat, pihak sekolah/pesantren dapat mengadakan kunjungan ke rumah wali murid, warga ataupun tokoh masyarakat. Melalui kunjungan rumah ini guru akan mengetahui masalah anak di rumahnya. Apabila setiap anak diketahui masalahnya secara totalitas, maka program pendidikan akan lebih mudah direncanakan untuk disesuaikan dengan minatnya. Hal ini akan memperlancar mencapai tujuan program pendidikan sekolah tersebut. 2) Panggilan orang tua, selain mengadakan kunjungan ke rumah, pihak sekolah/pesantren sesekali juga perlu memanggil orang tua/wali murid agar datang ke sekolah/pesantren. Setelah datang, mereka diberi penjelasan tentang perkembangan pendidikan di lembaga tersebut dan penjelasan khusus tentang perkembangan anaknya dalam mengikuti pembelajaran. 3) Pertemuan, dengan teknik ini berarti sekolah/pesantren mengundang masyarakat dalam acara pertemuan khusus untuk membicarakan masalah atau hambatan yang dihadapi sekolah/pesantren. Pertemuan ini sebaiknya diadakan pada waktu tertentu yang dapat dihadiri oleh semua pihak yang diundang.

c. Teknik Peragaan

Hubungan sekolah/pesantren dengan masyarakat dapat dilakukan dengan cara mengundang masyarakat melihat peragaan yang diselenggarakan sekolah/pesantren. Peragaan yang diselenggarakan bisa berupa pameran keberhasilan peserta didik. Pesantren ketika mengadakan pengajian/tabligh akbar dapat menampilkan santri-santri yang hafal *nazhâm alfiyah*. Pada kesempatan tersebut

guru/*ustadz*, kepala sekolah/direkturpesantren dapat menyampaikan program-program peningkatan mutu pendidikan, masalah atau hambatan yang dihadapi dalam merealisasikan program pendidikan lembaganya.

d. Teknik Elektronik

Seiring dengan perkembangan teknologi elektronik maka dalam mengakrabkan sekolah/pesantren dengan orangtua/wali murid dan masyarakat pihak sekolah/pesantren dapat menggunakan sarana elektronikmisalnya telepon, televisi, ataupun radio, sekaligus sebagai sarana untuk promosi pendidikan.

Adapun teknik operasional manajemen humas secara lebih rinci DeRoche dalam Mulyono yaitu : 1) *Home visits* (kunjungan rumah), untuk konsultasi dalam memecahkan masalah peserta didik. 2) *Card* (kartu), untuk keperluan tertentu seperti kartu konsultasi, kartu prestasi. 3) *Parent teache conference* (pertemuan orang tua/wali murid dengan guru/*ustadz* untuk menjalin komunikasi antara orang tua siswa/wali murid dan guru/*ustadz* serta peningkatan partisipasi orang tua/wali murid. 4) *Open house* (saling berkunjung), melakukan kunjungan antarwarga sekolah/pesantren pada saat tertentu misalnya Hari Raya Idul Fitri dan milad pesantren. 5) *School and class room news letter* (berita sekolah dan kelas), wahana komunikasi tertulis yang dibutuhkan untuk mengabarkan berita-berita umum yang ada di lingkungan sekolah/pesantren. 6) *Calendar* (kalender), berfungsi untuk mengikat perhatian orang tua/wali murid dan murid/santri beserta guru/*ustadz* terkait program pada tanggal tertentu. 7) *Voting remainder card* (kartu saran), siapapun dapat menyampaikan sesuatu hal kepada sekolah/pesantren melalui kartu saran. 8) *Success card* (piagam penghargaan), piagam diberikan kepada orang yang berjasa pada sekolah/pesantren maupun pemenang lomba di lembaga tersebut. 8) *Local newspaper* (surat kabar lokal), memuat berita atau informasi penting yang perlu disebarluaskan kepada publik. 9) *Career*

*specialities* (spesialisasi karier), bimbingan karir berguna untuk mengarahkan murid/santri sesuai bakat dan minatnya pada bidang tertentu. 10) *Slide presentation* (presentasi dengan layar), bertujuan menarik perhatian audiens dengan tayangan yang menarik. 11) *Coffee hour* (acara minum kopi), untuk menjalin kebersamaan, soliditas, dan menghindari suasana yang formal dapat diselenggarakan acara minum kopi dalam penyampaian informasi pada publik internal. 12) *Activity display* (pajangan kegiatan), pajangan foto – foto kegiatan atau produk kegiatan untuk memberikan motivasi publik berpartisipasi pada kegiatan berikutnya. 13) *Class project in the community* (bhakti sosial masyarakat), bertujuan melatih publik senantiasa berpartisipasi dalam kegiatan – kegiatan sosial kemasyarakatan. 14) *Letter to the editor* (surat komplain/saran), berguna untuk menampung kritik dan saran publik. 15) *Public performances* (pementasan/pertunjukan), bertujuan meningkatkan apresiasi publik terhadap sekolah/pesantren. 16) *Fairs and tours* (studi lapangan/wisata komparatif), bertujuan mendapatkan inspirasi baru. 17) *Telephon ehotline* (telepon konsultasi), line telepon khusus diperlukan untuk menampung komplain/saran publik terutama orang tua murid/santri yang jauh. 18) *Strategy borrowing* (strategi peminjaman), saling pinjam fasilitas dapat dilakukan antara lembaga dengan publik dalam suatu kegiatan. 19) *Suggestion boxes* (kotak saran), berfungsi seperti *telephone hotline* untuk menampung komplain/saran.

Menurut Sulistyorini<sup>101</sup> humas pada lembaga pendidikan Islam (pesantren, madrasah, sekolah Islam) dapat dijalankan dengan berbagai teknik dan bentuk yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat di sekelilingnya. Masyarakat yang plural dari kaum elit, menengah, hingga bawah perlu didekati dengan berbagai teknik dan bentuk layanan humas sehingga efektif dan efisien. Adapun teknik yang dapat dijalankan :

---

<sup>101</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 164

- a. Teknik humas dengan kata – kata (lisan dan tulisan).
- b. Teknik humas dengan perbuatan.
- c. Teknik humas terpadu (kata – kata dan perbuatan).

#### **D. Manajemen Humas di Pesantren**

##### **1. Pengertian Pesantren**

Secara etimologis pondok pesantren berasal dari dua suku kata yaitu “pondok” dan “pesantren”. Pondok berasal dari Bahasa Arab yakni “*funduuq*” yang berarti asrama. Asrama lebih familiar diartikan sebagai madrasah yaitu tempat belajar agama Islam. Di Sumatera Barat lebih dikenal dengan istilah “surau” dan di Nangroe Aceh Darussalam dikenal dengan sebutan “rangkang” atau “dayah”. Pesantren berasal dari kata “santri” yang berarti tempat santri. Kata “santri” sendiri berasal dari Bahasa Jawa yakni “cantrik” yang berarti orang yang selalu mengikuti guru. Dalam perkembangannya istilah pondok pesantren sering disebut “pondok” atau “pesantren” saja atau gabungan “pondok pesantren”. Secara esensial keduanya mengandung makna yang sama.

Muzayin Arifin<sup>102</sup> mendefinisikan pesantren sebagai suatu lembaga pendidikan agama yang tumbuh dan diakui masyarakat sekitar dengan sistem asrama (kampus) yang mana santri – santri menerima pendidikan melalui sistem pengajian atau madrasah dan sepenuhnya berada di bawah *leadership* seorang atau beberapa kiai/*ustadz* dengan ciri kharismatik dan independen.

Kafrawi<sup>103</sup> berpendapat bahwa garis pembeda antara pesantren dan pondok pesantren terletak dari ada atau tidaknya “pondok” di lingkungan pesantren. Dalam pandangannya pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam yang pada dasarnya sama dengan pondok pesantren tetapi santrinya tidak tinggal di asrama

---

<sup>102</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Pesantren*, (Purwokerto : STAIN Press, Cet. I, 2104), 7

<sup>103</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Pesantren.....*,7

pesantren namun tinggal tersebar di seluruh penjuru desa sekitar pesantren (santri kalong), dimana metode pendidikan dan pengajaran agama Islam diberikan dengan metode weton dengan santri datang berduyun – duyun pada waktu tertentu seperti Jum'at Kliwon, Selasa Legi, dan lainnya.

Abdurrahman Mas'ud<sup>104</sup> dikutip Ismail SM memberikan pengertian pesantren “...refers to a place where the santri devotes most of his or her time to live in and acquire knowledge”. Pondok pesantren sebagai suatu tempat pendidikan dan pengajaran yang menekankan pelajaran agama Islam dan didukung asrama sebagai tempat tinggal santri yang permanen.

Zamachsyari Dhofier<sup>105</sup> menekankan pesantren pada ciri – ciri yang dimilikinya yakni pondok, masjid, santri, pengajian kitab – kitab klasik Islam, dan kiai/*ustadz* yang merupakan lima elemen dasar pesantren.

Dari berbagai definisi di atas jelas bahwa ada kesamaan pendapat bahwa pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran yang menekankan pada materi Agama Islam dengan menempatkan santri pada asrama dengan ciri utama terdapat pondok, masjid, santri, kiai/*ustadz*, dan pengajaran kitab – kitab klasik Islam.

## 2. Fungsi dan Sistem Pendidikan Pesantren

Pada masa keemasan Islam tradisi *al – rihlah fi talab al – ‘ilm* demikian fenomenal seperti tercermin dalam perjalanan intelektual dan spiritual Imam Bukhari. Sejarah membuktikan bahwa hal yang sama berkembang sepanjang masa dalam masyarakat santri hingga dikenal *wandering santris* atau santri kelana. Tradisi *rihlah* ini pula yang mengantarkan dua tokoh pesantren Kiai Nawawi Al Bantani dan

---

<sup>104</sup> Abdurrahman Mas'ud et.al., *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, eds. Ismail SM (Semarang : Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo, Cet. I, 2002), 50

<sup>105</sup> Abdurrahman Mas'ud et.al., *Dinamika Pesantren.....*, 50

Kiai Mahfudz Al Tirmidzi mengembara sepanjang hidupnya dan menjadi guru besar di Makkah dan Madinah.<sup>106</sup>

Penilaian konservatif yang pernah melekat pada pesantren perlu ditinjau kembali karena konservatif identik dengan statis atau *jumud*. Tradisionalitas pesantren hendaknya dilihat lebih kepada upaya menjaga tradisi luhur seperti tradisi intelektual yang tidak berhenti hingga sekarang dan mempertahankan identitas serta originalitas pesantren itu sendiri. Kesan menutup diri dari dunia luar selama ini ditujukan lebih kepada menjaga jarak terhadap intervensi dunia luar dan kemurnian budaya pesantren yang telah terjaga sepanjang sejarahnya.

Asal – usul pesantren *inhern* dengan sejarah Walisongo yang menjadi inspirasi pendirian pesantren di berbagai tempat seperti Nahdlatul Wathan di Pancor – Lombok - Nusa Tenggara Barat tahun 1934 yang dewasa ini santrinya berjumlah ribuan. Demikian pula pendirian Masjid Demak tahun 1428 yakni masjid pertama di Jawa dan digambarkan oleh Nancy K. Florida sebagai berikut :

*“The establishment of the Demak mosque by the Walis as an heirloom, means to embody in it their enduring legacy for Islamic kingship in Java. It was also a monument that would stand permanently as a concrete material site both for pilgrimage and of supernatural power. It was to be the sacred post of power of the realm of Java and, at the same time, a talisman, a pusaka, for the rulers of that realm”*

Masjid Demak bukan saja merupakan pusat ibadah umat Islam masa itu tetapi juga merupakan pusat pendidikan agama Islam mengingat lembaga pendidikan pesantren pada masa awal tersebut belum menemukan bentuknya yang final. Upaya Islamisasi di tanah Jawa yang merupakan potret Islam kultural selama rentang waktu yang panjang telah berhasil membentuk tatanan kehidupan masyarakat

---

<sup>106</sup> Abdurrahman Mas'ud et.al., *Dinamika Pesantren.....*, iii

santri yang damai, berdampingan, tanpa pertumpahan darah, *peaceful coexistence*.

Peran Maulana Malik Ibrahim atau Sunan Gresik yang berhasil mendirikan pesantren dan membina masyarakat Islam dengan pemberdayaan ekonominya melalui pertanian dan lainnya telah menjadi momentum perkembangan pesantren untuk selanjutnya dan karenanya tokoh ini sering disebut *the father of early pesantren in Jawa*. Sehingga *modeling* pesantren pada generasi awal ini adalah mewujudkan santri yang *shalih* dan mandiri dengan membina masyarakat yang penuh kesejukan melalui peran sentral wali tersebut (Maulana Malik Ibrahim). Ada pun tujuan pendidikan pesantren secara umum adalah membentuk pribadi muslim yang ciri – cirinya adalah :

- a. Beriman dan bertakwa kepada Allah SWT.
- b. Berakhlak seperti akhlak Rasulullah SAW.
- c. Jujur dan menjunjung tinggi nilai – nilai spiritual.
- d. Mampu hidup mandiri dan sederhana.
- e. Berilmu pengetahuan dan mampu mengaplikasikannya.
- f. Ikhlas dalam setiap perbuatan karena Allah SWT.
- g. Tawadhu dan ta'dhim dan menjauhkan diri dari sikap takabur.
- h. Sanggup menerima kenyataan dan bersikap *qana'ah*.
- i. Disiplin terhadap tata tertib hidup di pesantren.

Tipologi pesantren<sup>107</sup> dalam penyelenggaraan pendidikan dapat dikategorikan atas : a. Pondok pesantren modern, b. Pondok pesantren *takhassus* yang meliputi *takhassus* ilmu alat, *takhassus* ilmu *fiqh*, *takhassus* ilmu tafsir, *takhassus* ilmu tasawuf, dan *takhassus* ilmu *qiraat* Al Qur'an, c. Pondok pesantren campuran (kombinasi).

Nurkholis<sup>108</sup> berpendapat bahwa tipologi pesantren terbagi atas: a. Pondok pesantren tradisional (*salafiyah*) yakni pondok pesantren dengan pengajaran tradisional sorogan, dan bandongan/wetonan tanpa

<sup>107</sup>Arifin, *Kapita Selekta Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, Cet. IV, 2000), 251

<sup>108</sup>Nurkholis, *Santri Wajib Belajar*, (Purwokerto : STAIN Press, Cet. I, 2015), 55 - 56

batasan umur dan waktu, b. Pondok pesantren modern (*khalafiyah*) yakni pesantren yang telah memiliki standar operasional seperti sistem klasikal, memiliki kurikulum, ada batasan umur santri, dan batasan waktu belajar, c. Pondok pesantren asrama yakni pondok pesantren yang tak lebih dari asrama dengan kegiatan pembelajaran di luar pesantren dan kiai/*ustadz* bertindak hanya sebagai pengawas serta pembina majelis taklim.

Bahri Ghazali<sup>109</sup> menyebutkan tipologi pesantren terdiri dari : a. Pondok pesantren tradisional yakni pesantren yang mempertahankan keasliannya dengan fokus pada pengajaran kitab kuning, b. Pondok pesantren modern yakni pesantren yang yang cenderung mengadopsi seluruh sistem klasikal dan meninggalkan bentuk aslinya, dan c. Pondok pesantren komprehensif yakni pondok pesantren dengan tetap mempertahankan sistem tradisional dalam pengajaran kitab kuning namun menerapkan sistem reguler dalam pendidikan sekolahnya.

### 3. Komunikasi dan Sosialisasi Pesantren

Pesantren telah ratusan dalam perjalanan sejarahnya dan hingga saat ini tetap eksis di tengah persaingan global pendidikan Islam khususnya dan pendidikan secara umum pada umumnya. Dinamika pesantren kian mendapat sorotan terkait peningkatan kualitasnya di satu sisi dan cara bersosialisasi dengan peradaban global di era informasi saat ini di sisi lainnya. Pesantren harus berani membuka diri terhadap kemajuan peradaban modern berupa ilmu dan teknologi dengan memanfaatkannya untuk meningkatkan citra pesantren di mata publik dan mencegah terisolasinya pesantren karena minimnya sosialisasi dengan dunia luar.

Nilai – nilai Islami dalam pesantren yang telah mentradisi karena merupakan nilai yang telah hidup di pesantren selama ratusan tahun seperti shilaturrehmi, kemandirian, akhlak mulia, berbicara secara

---

<sup>109</sup> Bahri Ghazali, *Pesantren Berwawasan Lingkungan*, (Jakarta : Prasasti, Cet. III, 2003),

santun, gemar mengucap salam, menghindari fitnah, dan menjaga nama baik dan lainnya hendaknya dikemas secara menarik ketika berhubungan dengan dunia luar dengan memanfaatkan media komunikasi yang telah memasyarakat dalam aktivitas humas tentu hal ini akan menjadi nilai plus pesantren.

Komunikasi pesantren dengan publik bertujuan memperoleh *public support* sehingga diperlukan humas karena menurut Sulistyorini<sup>110</sup> humas memiliki empat persyaratan dasar yang harus terpenuhi yaitu :

- a. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan
- b. Kemampuan menarik perhatian
- c. Kemampuan mempengaruhi pendapat
- d. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya

Menurut Fauzi Muharom<sup>111</sup> mengemas pesan dalam proses komunikasi (yang merupakan aktivitas humas) dalam ajaran Islam memiliki etika yang dijelaskan Al Qur'an dalam banyak ayat antara lain :

- a. *Qaulan sadidan* yakni berkomunikasi dengan benar, penuh kejujuran, tidak berbelit – belit, dan tidak ambigu (surat An Nisa : 9, Al Ahzab : 70).
- b. *Qaulan balighan* yakni berkomunikasi secara efektif, tepat sasaran dan tujuan serta komunikator menggunakan bahasa sesuai dengan komunikasi (surat An Nisa : 63).
- c. *Qaulaan maisuran* yakni komunikasi tanpa tendensi, menggunakan argumentasi yang rasional dan dapat diterima (surat Al Isra : 28).
- d. *Qaulan layyinan* yakni berkomunikasi menggunakan pilihan kata yang tepat agar memperoleh efek seperti yang diharapkan (surat Thaha : 44).

---

<sup>110</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*,145

<sup>111</sup> Fauzi Muharom, “*Respon Pondok Pesantren Terhadap Pencitraan Media*” (Disertasi), (Yogyakarta : Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2015), 45

- e. *Qaulan kariman* yakni berkomunikasi sesuai dengan tingkat pendidikan, ekonomi, dan strata sosial publik (surat Al Isra : 23).
- f. *Qaulan ma'ruf* yakni berkomunikasi sesuai dengan tata bahasa dan tidak memprovokasi (surat An Nisa : 5)

#### 4. Pengertian Manajemen Humas di Pesantren

Pesantren dalam kiprahnya tentu tidak bisa melepaskan diri dari publik (khususnya dunia luar) karenanya pesantren perlu menyusun formulasi dalam hubungannya dengan publik utamanya di era informasi ini jika ingin menampilkan wajah pesantren yang modern. Modern tidak identik dengan kebarat – baratan tetapi tetap dengan jatidiri pesantren yang religius namun akomodatif terhadap perkembangan ilmu dan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas pesantren dalam pola komunikasinya. Manajemen humas perlu diterapkan pesantren.

Bahwa manajemen humas adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengutamakan prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits senantiasa mendasari keseluruhan aktivitas pesantren dengan prinsip – prinsip Islam<sup>112</sup> sebagai landasan nilai yang meliputi :

- a. Saling berpesan dengan sabar dan kasih sayang.
- b. Menyuruh yang makruf dan mencegah yang munkar.
- c. Saling mempermudah urusan.
- d. Saling menggembirakan.

---

<sup>112</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan .....*, 166

- e. Bersikap lemah – lembut.
- f. Membantah dengan baik.
- g. Dengan bijaksana (bil hikmah).
- h. Dengan tutur kata yang baik.
- i. Dengan alasan yang rasional atau berdebat dengan cara yang lebih baik ( mujadalah).
- j. Dengan pemaaf dan memohonkan ampunan.
- k. Tidak memaksakan kehendak.

Mulyono<sup>113</sup> berpendapat bahwa di dalam khazanah Islam kata “humas” memang jarang terpakai baik dalam bahasa tulisan maupun lisan. Namun, ada dua kata yang memiliki makna yang dekat dengan istilah itu, yaitu “*habl*” yang artinya “tali atau hubungan”, dan “*shilah alrahim*” (silaturahmi) yang artinya “menyambung persaudaraan”. Penggunaan kata *habl* dalam makna ini adalah sesuai dengan firman Allah dalam Al Qur’an surat Âli Imrân (3):112 artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka menjalin hubungan kepada (agama) Allah dan menjalin hubungan terhadap sesama manusia...”

Dalam konsep Islam kerjasama baik antarindividu maupun lembaga yang dapat membentuk *ukhuwah Islamiyah* (QS. Al Zumar (49):10, Al Anfâl (8 ):1) dapat terwujud melalui enam langkah sebagai berikut: a. *Ta’âruf* (saling mengenal), yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, b. *Tafâhum* (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati (QS. Al Anfâl (8) :60), menyatukan pemikiran dan amal, c. *Tarâhum* (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran (QS. Al-Fâtihah (1) : 1-3, Al Baqarah (2) : 112),d. *Tasyâwur* (saling bermusyawarah), yaitu saling

---

<sup>113</sup> Mulyono, “Teknik Manajemen Humas dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam 165 - 184 ”, Jurnal Ulumuna , (Mataram : IAIN Mataram, 2011, Volume XV Nomor), 9

bermusyawarah atau berdiskusi dalam mengambil kemufakatan bersama dalam melakukan suatu tindakan (QS. Âli Imrân (3) : 159), e. *Ta'âwun* (saling kerjasama), yaitu melaksanakan proses saling menolong (QS. Al Mâ'idah (5) :2), secara hati (saling mendoakan), secara pemikiran (berembug, berdiskusi dan menasehati) serta berwujud dalam bentuk amal *shalih* (bantu membantu), f. *Takâful* (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah terjadinya proses *ta'âwun* dengan bentuk hati saling menyatu dan saling percaya.

Humas yang Islami dapat diartikan sebagai program manajemen yang memfokuskan pada kegiatan komunikasi yang lebih terarah antara lembaga dan masyarakat melalui langkah-langkah: *ta'âruf* (saling mengenal), *tafâhum* (saling memahami), *tarâhum* (saling mengasihi), *tasyâwur* (saling bermusyawarah), *ta'âwun* (saling kerjasama), dan *takâful* (saling menanggung); guna mewujudkan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antar berbagai pihak yang terlibat yang dilandasi nilai-nilai Islam<sup>114</sup>.

Manajemen humas pada pesantren adalah program kegiatan humas yang senantiasa dikaitkan dan berdasar prinsip – prinsip Islam berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits dan telah hidup serta membudaya di pesantren sebagai bagian dari tata nilai/tradisi pesantren seperti *ta'âruf*, *tafâhum*, *tarâhum*, *tasyâwur*, *ta'âwun*, dan *takâful*. Dengan demikian manajemen humas pesantren adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi/pesantren; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis yang berlandaskan prinsip – prinsip Islam

---

<sup>114</sup> Mulyono, *Teknik Manajemen.....*, 172

yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits dan seperti *‘âruf*, *tafâhum*, *arâhum*, *tasyâwur*, *ta’âwun*, dan *takâful* telah mentradisi sebagai tata nilai komunikasi pesantren dengan publik.

Menurut Fathul Aminudin Aziz<sup>115</sup> Tuhan telah menciptakan alat komunikasi yang luar biasa yakni lidah dan bibir sehingga harus bisa memberikan informasi yang benar, menyejukkan, dan memberikan manfaat berdasarkan dalil Al Qur’an surat Al Balad (90) ayat 8 – 9 yang artinya “Bukankah Kami telah memberikan kepadanya dua buah mata, lidah, dan dua buah bibir?”

Dalil penegasan etika humas dinukilkan pula Hadits Riwayat Bukhari Muslim yang artinya “Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah dia berkata yang baik atau diam”. Disini ditegaskan tentang etika berkomunikasi yakni hendaklah mendatangkan manfaat kebaikan yang seharusnya dikerjakan seorang muslim (beriman kepada Allah dan hari akhir) atau diam ketika tidak bisa menjaga lisannya yang bisa mengeluarkan kata – kata mubazir atau bahkan mendatangkan keburukan bagi komunikan (pendengar, audiens).

Lebih lanjut Fathul Aminudin Aziz menegaskan tentang tata nilai atau norma dan struktur komunikasi agar tujuan komunikasi dapat tercapai : a. Komunikasi dengan Tuhan, b. Komunikasi dengan sesama manusia, c. Komunikasi dengan orang tua, d. Komunikasi dengan pola umur tua muda.

Berangkat dari struktur komunikasi di atas dijelaskan Fathul Aminudi Aziz dalil – dalilnya adalah antara lain Al Qur’an surat Thaaha (20) ayat 44 yang artinya “Maka berbicaralah kamu kepadanya dengan kata – kata yang lemah lembut, mudah – mudahan ia ingat atau takut”. Kemudian pada Al Qur’an surat Al Israa (17) ayat 28 yang artinya “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh

---

<sup>115</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Pesantren.....*, 83

rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”.

Komunikasi bagi pesantren merupakan ‘*trademark*’ atau “*branding*” yang membedakannya dengan lembaga pendidikan biasa dilihat dari muatan nilai yang harus ada dalam tatakrama atau etika humas pesantrennya. Menjamurnya lembaga pendidikan Islam yang terinspirasi pesantren seperti *boarding school* umumnya SDIT, SMPIT, SMAIT atau Muhammadiyah *Boarding School* (MBS) dengan menawarkan nilai – nilai Islam merupakan indikator bahwa kemas nilai – nilai Islam dalam lembaga pendidikan Islam sangat diminati masyarakat terutama sekali tampak bagaimana humas lembaga pendidikan Islam tersebut mengkomunikasikan dan mensosialisasikan lembaganya pada publik sehingga menjadi pilihan dan diterima luas di tengah masyarakat.

Dalam pandangan Fathul Aminudin Aziz komunikasi sesuai Islam hendaklah membawa misi amar makruf nahi munkar (mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran) seperti mendamaikan perselisihan, menghindari berbisik di tengah orang banyak dan lainnya seperti dalil Al Qur’an surat An Nisaa (4) ayat 114 yang artinya “Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan – bisikan mereka, kecuali bisikan – bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat makruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia’.

##### 5. Perencanaan Manajemen Humas di Pesantren

Merujuk pada tujuan hubungan (humas) antara sekolah/pesantren<sup>116</sup> dengan masyarakat dengan proses perencanaan<sup>117</sup> maka kegiatan perencanaan manajemen humas di pesantren meliputi :

###### a. Mendefinisikan masalah

<sup>116</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan*, 151 – 152

<sup>117</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi.....*, 225 - 226

Pada tahap ini perencanaannya yaitu pemantauan/penelitian terhadap masyarakat dalam memahami pelaksanaan program pendidikan pesantren, harapan – harapan masyarakat terhadap tujuan pendidikan di pesantren, perolehan dukungan dan partisipasi konkret masyarakat, keterlibatan tanggung jawab masyarakat, dan keikutsertaan masyarakat dalam pemecahan masalah yang dihadapi pesantren.

b. Merencanakan dan memprogram

Pada tahap ini perencanaannya meliputi mengumpulkan informasi pemantauan terhadap masyarakat dalam memahami pelaksanaan program pendidikan pesantren, harapan – harapan masyarakat terhadap tujuan pendidikan di pesantren, perolehan dukungan dan partisipasi konkret masyarakat, keterlibatan tanggung jawab masyarakat, dan keikutsertaan masyarakat dalam pemecahan masalah. Kemudian disimpulkan kecenderungan, sikap dan tanggapan masyarakat, dukungan dan keterlibatan masyarakat secara konkret dalam pendidikan pesantren. Sebagai tindak lanjut program dirumuskan berdasar kesimpulan dalam penelitian/definisi masalah. Program yang dapat dirumuskan yaitu pertemuan, angket, wawancara, kunjungan rumah, pengumuman, pameran, kerja bhakti, rapat, penerbitan buletin, dan berita (*online/konvensional*). Media komunikasi yang dapat direncanakan yaitu pertemuan calon orang tua/wali santri, pertemuan komite madrasah/persatuan orang tua santri, wawancara tokoh kunci, angket ke sekolah/madrasah di sekitar pesantren, brosur, berita di media cetak dan *online*, pembentukan panitia rehabilitasi dan lainnya.

c. Mengambil aksi dan mengkomunikasikan

Pada tahap ini perencanaannya meliputi koordinasi dan pembagian pekerjaan, pelaksana, dan penentuan waktu kegiatan. Praktisi humas mengkoordinasikan kegiatan, membentuk tim yang bertugas membantunya dengan persetujuan pimpinan, mengatur pembagian

kerja tim, menentukan tim pelaksana, dan jadwal kegiatan beserta sarana – prasarana yang dibutuhkan.

d. Evaluasi

Pada tahap ini perencanaannya meliputi evaluasi yang akan dilakukan. Sebelumnya pada tahap mendefinisikan masalah telah dilakukan pemantauan dan telah dirumuskan program dan penyesuaian yang diperlukan berdasarkan kesimpulan pemantauan. Evaluasi program bertujuan untuk mengetahui apakah setelah perumusan program, implementasi program, dan dievaluasi menunjukkan program berhasil, perlu diteruskan atau bahkan harus dihentikan?

6. Implementasi Manajemen Humas di Pesantren

Menurut kbbi.web.id “implementasi” memiliki arti pelaksanaan atau penerapan. Esensi implementasi manajemen humas di pesantren adalah membentuk opini publik yang positif (*good image*) dan mengeliminasi citra buruk (*bad image*) pesantren dengan mengemas layanan humas yang dilandasi oleh prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits. Bahwa lembaga pendidikan Islam seperti pesantren berada di tengah masyarakat dan merupakan bagian dari masyarakat. Pesantren yang sukses adalah pesantren yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat melalui program pendidikannya. Tentu saja harus dijalin hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat (*symbiotic relationship*). Masyarakat berpartisipasi aktif dalam memonitor kegiatan pesantren sehingga terjadi *take and give* antara masyarakat dan pesantren. Implementasi manajemen humas pesantren menjadi jembatan yang memungkinkan proses hubungan pesantren dengan publik berjalan kondusif sesuai program yang direncanakan.

Selain mengimplementasikan perencanaan yang telah disusun sebelumnya (mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan, serta

evaluasi) karena perkembangan situasi dan kondisi organisasi/lembaga seperti pesantren bila perlu dapat melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities, Threats*). Analisis SWOT dilakukan untuk mengembangkan dan mengubah strategi bila diperlukan. SWOT memberikan dasar terorganisasikan untuk diskusi dan berbagi informasi untuk tujuan pengambilan keputusan strategis.<sup>118</sup> Analisis SWOT meliputi :

*Strengths* (kekuatan) yang misalnya :

- a. Strategi yang kuat.
- b. Kondisi keuangan yang kuat.
- c. Nama *brand image*/reputasi yang kuat.
- d. Secara luas diakui sebagai pemimpin pasar.
- e. Teknologi tepat guna.
- f. Keterampilan dalam inovasi produk.
- g. Keunggulan dalam biaya.
- h. Iklan yang kuat.
- i. Pelayanan pelanggan yang baik.
- j. Kuaalitas produk yang lebih baik.
- k. Aliansi atau *joint venture*.

*Weaknesses* (kelemahan) misalnya :

- a. Tidak ada arahan strategi yang jelas.
- b. Fasilitas yang ketinggalan/usang.
- c. Neraca yang lemah, utang yang berlebihan.
- d. Biaya keseluruhan yang lebih tinggi dari pada pesaing.
- e. Kehilangan beberapa keterampilan/kompetensi utama.
- f. Permasalahan operasional internal.
- g. Tertinggal jauh dalam hal riset dan pengembangan.
- h. Lini produk yang terlalu sempit.
- i. Kemampuan pemasaran yang lemah.

---

<sup>118</sup>Nanang Fattah, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, Cet. I, 2015), 78

*Oportunities* (peluang) misalnya :

- a. Melayani kelompok pelanggan tambahan.
- b. Memperluas ke wilayah geografis baru.
- c. Mentransfer keterampilan untuk produk baru.
- d. Integrasi vertikal.
- e. Mengambil pangsa pasar dari pesaing.
- f. Akuisisi pesaing.
- g. Aliansi atau *joint venture* untuk memperluas cakupan.
- h. Pembukaan untuk eksploitasi teknologi baru.
- i. Pembukaan untuk memperpanjang nama/*image brand*.

*Threats* (ancaman) misalnya :

- a. Masuknya pesaing potensial yang baru.
- b. Kehilangan pelanggan karena ada produk pengganti.
- c. Pertumbuhan pasar yang lambat.
- d. Pergeseran yang merugikan dalam *exchange rate* dan kebijakan.
- e. Peraturan baru yang mahal.
- f. Pengaruh pertumbuhan daya tawar pelanggan.
- g. Berkurangnya kebutuhan pelanggan terhadap produk.
- h. Perubahan demografi.

Praktisi humas pesantren adalah pengendali utama manajemen humas berbasis pesantren sehingga sudah selayaknya menjadi kreator utama dalam mensosialisasikan/mempublikasikan profil, visi – misi, program, dan kegiatan yang menjadi aktivitas rutin pesantren. Tugas ke dalam adalah menjaga kondusivitas dan soliditas pesantren dengan tersampainya semua informasi yang benar melalui media komunikasi yang sesuai. Tugas ke luar pesantren secara garis besar adalah menjaga opini publik tetap positif, menjalin kerja sama dengan pihak lain, dan menyerap aspirasi yang berkembang di masyarakat.

Menurut Sulistyorini<sup>119</sup> tugas dan kewajiban humas lembaga pendidikan Islam dalam implementasinya meliputi : a. Menyampaikan pesan atau informasi dari sekolah/pesantren secara lisan, tertulis, atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi sekolah/pesantren, tugas, dan kegiatannya, b. Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik atas kebijakan dan langkah tindakan sekolah/pesantren termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi sekolah/pesantren; memberikan informasi kepada pejabat tentang *public acceptance* atas cara – cara dan pelayanan sekolah/pesantren kepada masyarakat, c. Menyampaikan fakta – fakta mengenai reaksi dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

Menurut Sutisna dalam Syafaruddin<sup>120</sup> format program pengembangan hubungan lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat dapat diimplementasikan sebagai berikut : a. Untuk mengembangkan pemahaman tentang maksud – maksud dan sasaran – sasaran dari sekolah/pesantren, b. Untuk menilai program sekolah/pesantren dalam kata – kata yang terpenuhi, c. Untuk mempersatukan orang tua murid dan guru – guru dalam memenuhi kebutuhan – kebutuhan anak didik, d. Untuk mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah/pesantren dalam era pembangunan, e. Untuk membangun dan memelihara kepercayaan kepada sekolah/pesantren, f. Untuk memberitahu kepada masyarakat tentang pekerjaan sekolah/pesantren, g. Untuk mengerahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah/pesantren. Lebih lanjut Syafaruddin menjelaskan bahwa program yang dapat dilaksanakan antara lain : a. Melaksanakan

---

<sup>119</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 153

<sup>120</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga.....*, 273 – 274

program – program kemasyarakatan (kebersihan lingkungan, kelancaran lalu lintas di sekitar sekolah/pesantren, bantuan sosial dan kesehatan), b. Mengadakan *open house* untuk memberi kesempatan luas bagi masyarakat mengetahui program sekolah/pesantren, c. Mengadakan buletin sekolah/pesantren atau majalah atau lembaran informasi secara berkala yang memuat program sekolah/pesantren yang dilaksanakan, Mengundang tokoh untuk menjadi pembicara atau pembina suatu program sekolah/pesantren, e. Membuat program kerja sama sekolah/pesantren dengan masyarakat dalam hari – hari nasional dan keagamaan.

Depdiknas dikutip Syafaruddin<sup>121</sup> menjelaskan cara mengefektifkan komunikasi (fungsi humas) lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat dapat diimplementasikan dengan : a. Mengidentifikasi orang – orang kunci (orang tua siswa/santri yang dituakan atau *informal leader* pejabat, tokoh bisnis, dan profesi lainnya), b. Melibatkan orang – orang kunci tersebut dalam kegiatan sekolah/pesantren khususnya yang sesuai minatnya, c. Memilih saat yang tepat dalam melibatkan tokoh kunci bagi dukungan program sekolah/pesantren.

Menurut Fathul Aminudin Aziz<sup>122</sup> Tuhan telah menciptakan alat komunikasi yang luar biasa yakni lidah dan bibir sehingga harus bisa memberikan informasi yang benar, menyejukkan, dan memberikan manfaat berdasarkan dalil Al Qur'an surat Al Balad (90) ayat 8 – 9 yang artinya “Bukankah Kami telah memberikan kepadanya dua buah mata, lidah, dan dua buah bibir?”

Dalil penegasan etika humas dinukilkan pula Hadits Riwayat Bukhari Muslim yang artinya “Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah dia berkata yang baik atau diam”. Disini ditegaskan tentang etika berkomunikasi yakni hendaklah

---

<sup>121</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga.....*, 273 – 274

<sup>122</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Pesantren.....*, 83

mendatangkan manfaat kebaikan yang seharusnya dikerjakan seorang muslim (beriman kepada Allah dan hari akhir) atau diam ketika tidak bisa menjaga lisannya yang bisa mengeluarkan kata – kata mubazir atau bahkan mendatangkan keburukan bagi komunikan (pendengar, audiens).

Lebih lanjut Fathul Aminudin Aziz menegaskan tentang tata nilai atau norma dan struktur komunikasi agar tujuan komunikasi dapat tercapai : a. Komunikasi dengan Tuhan, b. Komunikasi dengan sesama manusia, c. Komunikasi dengan orang tua, d. Komunikasi dengan pola umur tua muda.

Berangkat dari struktur komunikasi di atas dijelaskan Fathul Aminudin Aziz dalil – dalilnya adalah antara lain Al Qur'an surat Thaaha (20) ayat 44 yang artinya “Maka berbicaralah kamu kepadanya dengan kata – kata yang lemah lembut, mudah – mudahan ia ingat atau takut”. Kemudian pada Al Qur'an surat Al Israa (17) ayat 28 yang artinya “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”.

Dalam pandangan Fathul Aminudin Aziz komunikasi sesuai Islam hendaklah membawa misi amar makruf nahi munkar (mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran) seperti mendamaikan perselisihan, menghindari berbisik di tengah orang banyak dan lainnya seperti dalil Al Qur'an surat An Nisaa (4) ayat 114 yang artinya “Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan – bisikan mereka, kecuali bisikan – bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat makruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia”.

Maka dalam perencanaan manajemen humas berbasis pesantren, prinsip – prinsip Islam yang harus terapkan di dalamnya berdasar

dalil komunikasi yang disampaikan Fathul Aminudin Aziz<sup>123</sup> di atas adalah :

- a. Menggunakan kata – kata yang baik atau diam
- b. Informasi yang disampaikan mengandung kebenaran
- c. Ucapan dengan kata – kata yang pantas dan lemah - lembut
- d. Mengajak kepada kebaikan
- e. Mendamaikan perselisihan
- f. Menghindari berbisik kecuali untuk kebaikan.

Prinsip – prinsip Islam yang harus ada dalam manajemen humas pesantren berdasarkan konsep humas Islami menurut Fauzi Muharom adalah *qaulan sadidan, qaulan balighan, qaulan maisuran, qaulan layyinan*, dan *qaulan kariman* sedangkan Mulyono menyebutkan prinsip – prinsip Islam yang harus ada adalah *ta'aruf, tafahum, tarahum, tasyawur, ta'awun*, dan *takaful*.

Dengan demikian kegiatan dalam implementasi manajemen humas di pesantren yang dilakukan praktisi humas meliputi :

- a. Menjadwal kegiatan
- b. Menyusun materi kegiatan
- c. Menggunakan media komunikasi
- d. Tujuan dan sasaran kegiatan
- e. Sumber daya yang diperlukan
- f. Prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan

## 7. Media dalam Aktivitas Manajemen Humas di Pesantren

Pesantren merupakan lembaga pendidikan dengan sistem terbuka karenanya pesantren senantiasa mengadakan kontak hubungan dengan masyarakat sekitar (suprasistem).<sup>124</sup> Pesantren sebagai sistem terbuka memiliki *negentropy* yaitu upaya berkelanjutan untuk mencegah *entropy* (mati/punah) atau dengan kata lain *negentropy* melekat pada mekanisme usaha yang senantiasa mengkaitkan dengan dunia luar

<sup>123</sup> Fathul Aminuddin Aziz, *Manajemen Pesantren.....*, 84

<sup>124</sup> Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta : Rineka Cipta, Cet. I, 2011), 182

(masyarakat). Dengan demikian hidup – matinya pesantren sebagian besar ditentukan oleh usahanya sendiri. Sejalan dengan dengan hal tersebut sebagai regulator pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 tahun 2007 tentang Pendidikan Agama Dan Pendidikan Keagamaan yang dengan jelas dalam pada Bab III Pendidikan Keagamaan Bagian Kesatu Pendidikan Keagamaan Islam pasal 14<sup>125</sup> dijelaskan pada ayat 1 – 3 bahwa :

Pendidikan keagamaan Islam berbentuk pendidikan diniyah dan pesantren. Pendidikan diniyah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diselenggarakan pada jalur formal, nonformal, dan informal. Pesantren dapat menyelenggarakan 1 (satu) atau berbagai satuandan/atau program pendidikan pada jalur formal, nonformal, dan informal.

Dari regulasi yang ditetapkan pemerintah sendiri telah ditegaskan bahwa pesantren harus bebenah dan beradaptasi dengan masyarakat sebagai *stakeholder* dan *suprasistem*. Pesantren dituntut mampu mempertahankan identitas kepesantrenannya sekaligus mampu menjawab tantangan modernitas jaman dengan menawarkan pada publiknya apa yang dibutuhkan masyarakat secara menarik dengan menampilkan nilai plusnya sebagai pesantren yang sarat nilai Islami. Humas memegang peran strategis sebagai mata dan telinga pesantren untuk menginventarisasi kebutuhan publik terkait pendidikan dan merumuskan program kegiatan humas untuk menyebarluaskan informasi ke dalam dan luar pesantren serta menyerap aspirasi masyarakat terhadap pesantren.

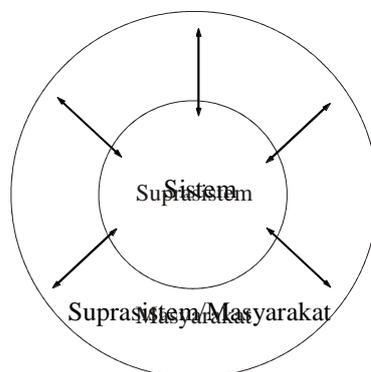
Fungsi utama media komunikasi menurut Wina Sanjaya<sup>126</sup> menjelaskan sesuatu yaitu membantu menjelaskan informasi yang akan disampaikan. Dalam hal ini informasi berkaitan dengan kepentingan pesantren dalam terhadap publik internal dan publik eksternal dalam rangka menciptakan opini publik, *mutual*

---

<sup>125</sup> Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia, *PP Nomor 55 Tahun 2007 Tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan*, (Jakarta : Kemkumham,2007), iv

<sup>126</sup>Wina Sanjaya, *Media Komunikaasi Pembelajaran*, (Jakarta : Prenada Media Group, Cet. I, 2012), 88

*understanding, good image, goodwill, mutual confidence, mutual appreciation, tolerance.*



Gambar 3  
Hubungan Antara Sistem Terbuka (Pesantren) dengan  
Lingkungannya (Masyarakat)

Praktisi/petugas dalam manajemen humas pesantren hendaknya manusia yang unggul dan berkarakter Islami dan menurut Muhamad Mu'iz Raharjo<sup>127</sup> mengutip Imam Nawawi dalam Kitab Riyadhus Shalihin menekankan bahwa sumber daya manusia yang unggul dan berkarakter Islami adalah sabar, jujur, merasa selalu diawasi Allah, yakin, *istiqamah*, berkompetisi dalam kebaikan, *mujahadah* (sungguh – sungguh dalam ibadah), menganjurkan kebaikan, melaksanakan amanat, menutup aib kaum muslimin, mendamaikan antarsesama, mengunjungi dan menemani orang yang baik, *iffah* (menjaga kehormatan), dan rendah hati.

Untuk menunjang berbagai kegiatan dalam manajemen humas berbasis pesantren tentu dibutuhkan media. Menurut Molenda dan Russel dikutip Wina Sanjaya<sup>128</sup> media adalah “*Media is channel of communication. Derived from the latin world for “between”, the term refers to anything that carries information between a source and a*

<sup>127</sup> Muhamad Mu'iz Raharjo, *Manajemen Sumber Daya Manusia Unggul, Cerdas & Berkarakter Islami*, (Yogyakarta : Gava Media : Cet . I, 2011), 134 - 135

<sup>128</sup> Wina Sanjaya, *Media Komunikasi.....*, 57

*receiver*". Sedangkan AECT dikutip Wina Sanjaya<sup>129</sup> mendefinisikan media sebagai segala bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi. Merujuk dua definisi media di atas dapat disimpulkan bahwa media adalah sarana untuk menyampaikan informasi dari sumber informasi ke penerima informasi.

Menurut Rosady Ruslan<sup>130</sup> media yang umum dipakai praktisi humas adalah :

a. *House journal*

Media *house journal* lazim digunakan untuk publikasi atau sarana informasi kalangan internal terbatas dan umumnya berbentuk buletin, tabloid, majalah, prospektus dan lainnya.

b. *Printed material*

Merupakan barang cetakan untuk keperluan publikasi seperti brosur, leaflet, booklet, kop surat, kartu nama, kartu ucapan selamat (suplemen), kalender dan lainnya.

c. Media pertemuan (*event*)

Merupakan pertemuan tatap muka langsung dengan audiens dan berbentuk acara seperti presentasi, seminar, diskusi panel, pameran dan lainnya.

d. *Broadcasting media* dan *internet*

Kegiatan humas yang disiarkan melalui televisi/radio, menggunakan komputer untuk e\_mail dan lainnya.

e. Media sarana humas

Media humas ini berkaitan dengan identitas organisasi/lembaga seperti logo, warna standar, penampilan dan citra *lobby* kantor, pakaian seragam, model huruf dan logo (*style and identity mark*) sebagai pembeda dengan yang lain.

f. Media personal

---

<sup>129</sup> Wina Sanjaya, *Media Komunikasi.....*, 57

<sup>130</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public.....*, 218

Media humas yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengadakan pertemuan secara langsung (*face to face contact*) untuk maksud mengadakan pendekatan personal (*personal approach*) atau melobi dan meningkat pada negosiasi sehingga kedua belah pihak mencapai kata sepakat (*deal*).

8. Kerja sama dalam manajemen humas di pesantren

Menurut Muwahid Shulhan<sup>131</sup> pada lembaga pendidikan Islam (pesantren) dan masyarakat terjadi kerja sama saling memberi dan menerima yakni pesantren memberikan layanan sesuai kebutuhan masyarakat termasuk sebagai agen pembaharuan sebaliknya masyarakat mengimbangi dengan ikut berpartisipasi dan ikut bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup serta kemajuan pesantren. Partisipasi dapat disalurkan melalui BP3 (Komite Madrasah/Sekolah). Salah satu tugas Komite Madrasah/Sekolah menurut Syafaruddin<sup>132</sup> adalah menjadi mediator pemerintah dan masyarakat di satuan pendidikan. Manajemen humas berbasis pesantren bertugas mempererat, mem-*back up* hubungan kerja sama tersebut sehingga tercipta opini publik yang positif atas pesantren. Partisipasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam antara lain<sup>133</sup> : a. Mengawasi kegiatan belajar dan bila perlu berkonsultasi, b. Menyediakan fasilitas belajar, c. Menyediakan perlengkapan belajar yang dibutuhkan lembaga pendidikan, d. Melunasi dana SPP dan dana lainnya, e. Memberikan umpan balik kepada lembaga pendidikan, f. Bersedia datang ke lembaga pendidikan bila diundang, g. Ikut berdiskusi memecahkan masalah pendidikan, h. Membantu fasilitas belajar yang dibutuhkan, i. Membantu meminjamkan peralatan yang dibutuhkan (pertukangan, kesenian), j. Menerima para santri untuk belajar di masyarakat, k. Memberi layanan belajar pada santri yang

---

<sup>131</sup> Muwahid Shulhan dan Soim, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta : Teras, Cet. I, 2013), 100

<sup>132</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga.....*, 276

<sup>133</sup> Muwahid Shulhan dan Soim, *Manajemen Pendidikan.....*, 97

anjangšana, l. Menjadi responden yang baik, m. Memberi bantuan penginapan santri yang praktek lapangan, n. Bagi ahli bersedia membina lembaga pendidikan, o. Bagi hartawan menginfakkan sebagian harta, p. Ikut memperlancar komunikasi dengan masyarakat dalam bentuk penerbitan, siaran, pertunjukan dan lainnya.

Made Pidarta<sup>134</sup> menjelaskan partisipasi yang dapat dilakukan masyarakat dalam kerja sama dengan lembaga pendidikan (madrasah/sekolah dan pesantren) adalah : a. Ikut dalam pertemuan, b. Datang ke madrasah/sekolah, c. Lewat surat, d. Lewat telepon, e. Ikut malam kesenian, f. Ikut bazar. Adapun kontak kerja sama lainnya seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4  
Kontak Kerja Sama LPI (Pesantren) dengan Masyarakat

No	Kegiatan Kontak Kerja Sama
1.	Aktivitas para santri/siswa
2.	Aktivitas para <i>ustadz</i> /pengajar
3.	Aktivitas kokurikuler dan ekstrakurikuler
4.	Media massa
5.	Kunjungan warga masyarakat ke lembaga pendidikan
6.	Pertemuan – pertemuan dengan masyarakat
7.	Aktivitas khusus persahabatan

#### 9. Evaluasi Manajemen Humas Pesantren

Secara tradisional<sup>135</sup> evaluasi program kerja humas dimaksudkan untuk mengukur *output* yakni berapa banyak *script* (naskah pidato, dan lainnya) yang dicetak, brosur yang dibagikan, siaran pers yang diselenggarakan, jumlah majalah yang dicetak dan terdistribusikan, kerja sama yang terselenggara, undangan tokoh yang terjadwal dan terealisasi serta lainnya.

<sup>134</sup> Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta : Rineka Cipta, Cet. III, 2011), 192

<sup>135</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations.....*, 172

Mengukur *output* semata tidaklah cukup bagi manajemen humas pesantren dikarenakan program kerja humas dan aktivitasnya harus diketahui secara keseluruhan dimulai dari persiapan, implementasi, dan dampak. Evaluasi lengkap dari manajemen humas pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Persiapan

Diantara kegiatan yang termasuk dalam evaluasi persiapan adalah mengkaji kecukupan informasi latar yang terkumpul, kecocokan isi pesan dan format, kualitas pesan dan lainnya.

b) Implementasi

Termasuk dalam evaluasi implementasi adalah mengukur jumlah pesan yang terkirim (terdistribusi), jumlah pesan yang mendapat respon (terbit di media, mendapat umpan balik audiens), jumlah penerima pesan, peserta *open house*, warga yang mengikuti kegiatan kerja sama dengan pesantren, jumlah tokoh yang hadir memenuhi undangan pesantren, jumlah parade yang terselenggara dan lainnya.

c) Dampak

Dampak terkait apa yang menjadi sasaran dari program dan aktivitas humas yang terealisasikan. Mengevaluasi dampak berarti mengevaluasi prosentase respon atau umpan balik audiens. Termasuk dalam evaluasi ini antara lain berapa banyak audiens yang mempelajari pesan, yang mengubah opini mereka, mengubah sikap mereka, yang berperilaku sesuai yang diharapkan pesantren dan lainnya.

Walaupun evaluasi berada pada urutan terakhir bukan berarti evaluasi adalah fase terakhir proses aktivitas manajemen humas berbasis pesantren. Dalam praktiknya evaluasi sering kali menjadi langkah awal proses aktivitas humas seperti riset. Fungsi riset sering kali tumpah tindih dengan evaluasi, perencanaan, implementasi, jika

dikaitkan dengan penilaian. Namun demikian masing – masing mempunyai tujuan pengukuran yang berbeda.

Untuk lebih memperjelas adanya keterkaitan evaluasi dalam setiap fase program dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Pengecekan implementasi

Pertanyaan awal yang muncul sebagai bentuk evaluasi (penilaian awal) adalah seberapa jauh audiensi target dapat dicapai? Meskipun perencanaan yang lengkap telah dilakukan namun harus diketahui implementasi program tersebut sehingga dapat dibuat keputusan di tengah pelaksanaan program apakah perlu memodifikasi program yang telah direncanakan atau mengoreksi ketidaksesuaian?

b. Pemantauan pelaksanaan program

Pada tingkat ini sering disebut dengan evaluasi formatif yakni evaluasi selama jangka waktu reguler untuk mengetahui efektivitas program yang telah dibuat. Setiap hasil yang berada di luar perkiraan dinilai dan dimasukkan sebagai faktor dalam penilaian. Perbedaan antara kemajuan aktual dengan yang diantisipasi pada setiap hal diuji pengaruhnya pada hasil secara keseluruhan. Pemantauan reguler berfungsi mencari tahu mengapa beberapa hasil berbeda signifikan dari rencana awal sehingga mencegah kejutan yang tidak diinginkan.

c. Evaluasi Hasil

Evaluasi ini sering disebut evaluasi total yakni untuk menilai hasil akhir dari suatu program. Sasaran dan hasil akan diperbandingkan untuk mengetahui apakah ada perbedaan. Evaluasi – evaluasi yang dilakukan sebelumnya menjadi penting untuk menerangkan konteks program diimplementasikan guna menginterpretasikan hasil yang diperoleh. Evaluasi hasil menjadi bahan laporan yang mentransmisikan informasi dengan segala saran untuk perencanaan selanjutnya bagi pengambil keputusan.

Salah satu format dalam evaluasi adalah laporan berkala yang memungkinkan adanya perbaikan dengan adanya evaluasi formatif (evaluasi di tengah pelaksanaan aktivitas manajemen humas berbasis pesantren).

Nama Kegiatan :				
Periode Laporan :				
Penyusun Laporan :				
No	Pekerjaan yang Diselesaikan	Masalah/ Hambatan yang Ditemui	Solusi	Rencana Kerja Berikutnya

Gambar 4

#### Laporan Berkala Kemajuan Pekerjaan Humas Pesantren

Evaluasi humas dilakukan atas : a. Penyelesaian tahapan pekerjaan yang dilaksanakan dalam keseluruhan kegiatan/program humas, b. Khalayak sasaran kegiatan/program humas yang sudah atau belum memperoleh informasi yang disampaikan, c. Kegiatan atau materi informasi yang disampaikan untuk sebuah program ada yang lebih baik pada satu kegiatan namun tidak baik untuk kegiatan lainnya, d. Beberapa aspek dari program berdasarkan evaluasi sementara perlu diperbaiki, atau bahkan perlu diubah, e. Anggaran yang sudah digunakan masih sesuai dengan rencana anggaran yang disusun.

Lembaga Administrasi Negara<sup>136</sup> menyebutkan bahwa secara umum indikator kinerja adalah yang dapat dipakai dalam evaluasi :

<sup>136</sup> Ismail Nawawi Uha, Budaya Organisasi Kepemimpinan & Kinerja, (Jakarta : Prenadamedia Group, Cet. I, 2013), Hal. 240

- a. Memperjelas tentang apa, berapa, dan kapan suatu kegiatan dilaksanakan.
- b. Menciptakan konsensus yang dibangun oleh berbagai pihak terkait untuk menghindari kesalahan interpretasi selama pelaksanaan kegiatan/program dalam menilai kinerjanya.
- c. Membangun dasar bagi pengukuran, analisis, dan evaluasi kinerja organisasi/lembaga.

Ayon Triyono<sup>137</sup> menyebutkan penilaian kinerja efektif dalam evaluasi meliputi : a. Kriteria penilaian kinerja memenuhi objektivitas yang terdiri dari : 1) Relevansi yakni harus ada kesesuaian antara kriteria dengan penilaian kinerja, 2) Reliabilitas yakni terpenuhinya konsistensi atas kriteria yang dijadikan patokan kinerja, 3) Diskriminasi yakni pengukuran dan penilaian kinerja mampu menunjukkan perbedaan kinerja hasil pengukuran. b. Proses penilaian kinerja mempertahankan nilai objektivitas.

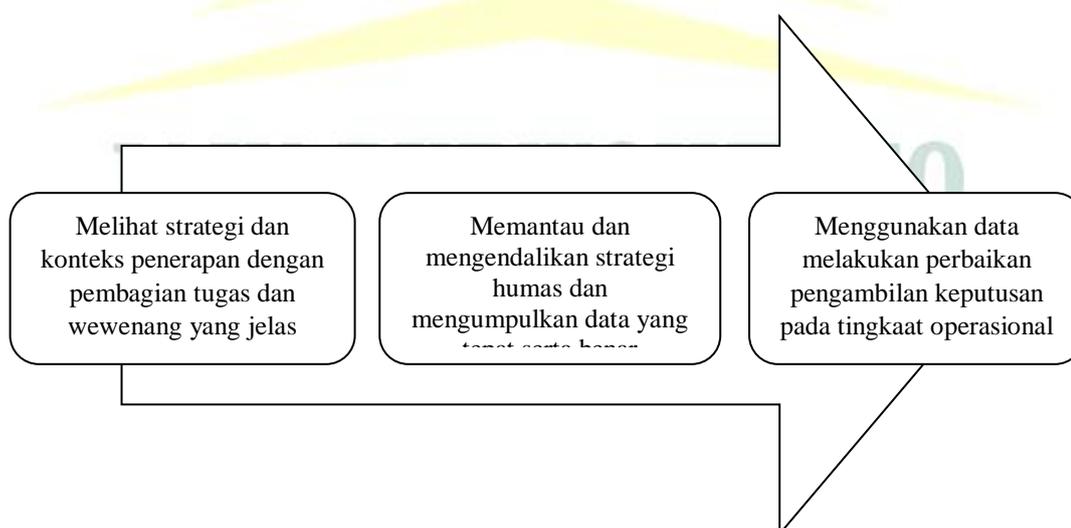
Termasuk dalam evaluasi humas harus diingat apa saja yang boleh dilakukan oleh praktisi/petugas humas dan apa saja yang tidak boleh dilakukan terutama terkait dengan media massa yang mana melalui media massa semua berita akan dengan cepat tersebar .

Hal – hal yang boleh dilakukan dalam kaitan dengan media massa oleh seorang praktisi/petugas humas antara lain : a. Mengikuti publikasi kegiatan lembaga di media cetak yang diliput wartawan agar bisa mengikuti gaya penulisan yang digunakan sehingga memungkinkan menulis dengan gaya serupa, b. Sering menyimak pemberitaan di radio dan televisi untuk mempelajari bagaimana media elektronik menyajikan informasi, c. Membuat siaran pers yang bernilai berita, d. Mengundang wartawan sebagai profesional yang sibuk sehingga lembaga memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pemberitaan mereka, e. Menulis siaran pers yang memasukkan butir

---

<sup>137</sup>Ayon Triyono, *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Oryza, Cet. I, 2012), 97 - 98

penting informasi yang hendak disampaikan pada publik, f. Mengirim foto kegiatan dalam berita yang ditulis dan diusahakan foto digital, g. Bersiap untuk menerima kenyataan media massa tidak menanggapi siaran pers yang dibuat lembaga, h. Melibatkan semua anggota tim untuk memunculkan ide – ide baru yang sesuai dengan kepentingan publik dan menarik perhatian media massa. Ada pun hal – hal yang tidak boleh dilakukan praktisi/petugas humas terkait media massa adalah : a. Menulis siaran pers dengan informasi yang samar atau pernyataan yang sifatnya umum, b. Menanyakan apa yang diinginkan lembaga dari media massa karena yang seharusnya adalah menanyakan apa yang diinginkan media massa dari lembaga, c. Menyalahkan wartawan dengan mengeluh atau mempertanyakan mengapa kegiatan lembaga tidak diliput atau siaran persnya tidak dimuat, d. Meminta awak media massa memperlihatkan berita atau membuat kliping berita untuk pemberitaan yang dibuat, e. Mengeluhkan pada awak media massa bila siaran pers lembaga disunting atau ditulis ulang, f. Menyerang wartawan yang memperhatikan lembaga dengan menyatakan wartawan media lain.



Gambar 5  
Langkah Umum Pemantauan dan Pengendalian Humas Pesantren

## E. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang manajemen humas pesantren dan lembaga pendidikan Islam maupun lembaga pendidikan pada umumnya yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu antara lain :

1. Fata Asyrofi Yahya dengan tesis berjudul “Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pengelolaan Pendidikan di Pondok Pesantren Darul Huda Mayak - Ponorogo”<sup>138</sup> tahun 2015.

Penelitian dilatarbelakangi oleh adanya pesantren yang tidak mendapat dukungan dari masyarakat.

Penelitian bertujuan mendeskripsikan : a. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan mutu pengelolaan pendidikan, b. Faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen humas dalam meningkatkan mutu pengelolaan pendidikan di Pondok Pesantren Darul Huda Mayak – Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen humas dalam meningkatkan mutu pengelolaan pendidikan di Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Ponorogo dapat dilihat melalui indikator peningkatan pengelolaan personalia, peserta didik, kurikulum, keuangan, dan sarana – prasarana. Ada pun faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam meningkatkan mutu pendidikan di Pondok Pesantren Darul Huda Mayak – Ponorogo : a. Kepemimpinan kyai, b. Peran aktif guru dan karyawan, c. Peran aktif orang tua, santri, dan masyarakat, d. Fasilitas pendukung, e. Kultur masyarakat sekitar. Sedangkan faktor penghambatnya adalah : a. Kurangnya tenaga humas profesional, b. Terlalu padatnya kegiatan santri.

2. Fauzi Muharom dengan disertasi berjudul “Respon Pondok Pesantren terhadap Problem Pencitraan Media (Studi Pemulihan Citra Pondok Pesantren Islam Al Mukmin Ngruki – Sukoharjo)”<sup>139</sup> tahun 2015.

---

<sup>138</sup> Fata Asyrofi Yahya, *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pengelolaan Pendidikan di Pondok Pesantren Darul Huda Mayak – Ponorogo* (Tesis) (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2015)

Penelitian dilatarbelakangi problem pencitraan Pondok Pesantren Islam Al Mukmin Ngruki – Sukoharjo yang tertulis dalam teks media Solopos dan Tempo adalah pencitraan negatif yakni Pondok Pesantren Islam Al Mukmin Ngruki – Sukoharjo sarang teroris, makar, dan radikal.

Tujuan penelitian mengungkap respon yang dilakukan pesantren dalam meng-*counter* problem pencitraan negatif pada media Solopos dan Tempo.

Hasil penelitian menunjukkan pesantren memiliki tujuh strategi dalam respon terhadap problem pencitraan media yaitu : a. Penyangkalan sederhana (*simple denial*) seperti membantah antipenghormatan bendera merah putih, b. Menggeser kesalahan (*shifting the blame*) seperti membantah tuduhan merakit bom dengan mempertanyakan “pesantren Pentagon” yang mempunyai skenario besar dalam peristiwa terorisme di Indonesia, c. Memperkuat simpati (*bolstering*) seperti pengungkapan fakta lama yang positif dimana direktur pesantren pernah memerintahkan santrinya berpartisipasi dalam aksi gotong – royong bersama ABRI, d. Mengurangi tuduhan dengan bersikap persuasif (*minimization*) seperti terbuka terhadap media yang meliput, e. Langkah perbandingan (*transcendence*) seperti mengembalikan citra dengan membandingkan perilaku yang telah diperbuat dalam konteks yang berbeda misalnya penghormatan bendera dilakukan sewajarnya saja dengan tidak mengagungkan secara berlebihan, f. Penyerangan balik (*attack accuser*) seperti pesantren melakukan somasi terhadap Metro TV yang telah menampilkan acara yang merugikan citranya, g. Tindakan perbaikan (*corrective action*) seperti pesantren memperbaiki diri dari tuduhan subversi dan ancaman penutupan pesantren oleh pemerintah dengan menonaktifkan *ustadz – ustadz* yang dinilai pengikut Abu Bakar Ba’asyir.

---

<sup>139</sup> Fauzi Muharom, “Respon Pondok Pesantren terhadap Problem Pencitraan Media (Studi Pemulihan Citra Pondok Pesantren Islam Al Mukmin Ngruki – Sukoharjo)” (Disertasi), Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2015)

3. Indhira Hari Kurnia dalam Jurnal Pendidikan UNS volume I nomor 2 , halaman 1 sampai dengan 15 dengan judul “Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)”<sup>140</sup> tahun 2013.

Penelitian dilatarbelakangi adanya upaya peningkatan reputasi sekolah di SMA Negeri I Surakarta.

Tujuan penelitian ini adalah : a. Untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, b. Untuk mengetahui persepsi *stakeholder* (alumni sekolah dan orang tua murid) terhadap strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, c. Untuk mengetahui hambatan humas, d. Untuk mengetahui solusi yang digunakan humas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi sekolah telah sesuai dengan visi sekolah meskipun ada dinamika yang mempengaruhi keadaan sekolah. Namun fluktuasi tersebut tidak berlangsung lama. Adanya kepercayaan dan kebanggaan *stakeholder* terhadap SMA Negeri 1 Surakarta membuktikan bahwa sekolah berada pada *level* yang memuaskan. Namun sarana prasarana terdapat saran untuk meningkatkan sarana dan prasarana. Pihak sekolah yang diwakili oleh wakasek humas menyikapi saran dan kritik melalui peningkatan prestasi sekolah dengan pembinaan intensif serta meningkatkan sarana prasarana sesuai prioritas. Hambatan yang tidak berkaitan dengan sarana prasarana dari intern dan ekstern disikapi dengan bijak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

#### **F. Kerangka Berpikir**

Pesantren adalah lembaga pendidikan Islam *indigenous* Indonesia yang telah teruji dalam perjalanan sejarahnya. Sejak awal berdirinya di bumi Indonesia yang dirintis oleh Sunan Gresik (Maulana Malik Ibrahim) yang secara kelembagaan belum menemukan bentuknya seperti sekarang

---

<sup>140</sup> Indhira Hari Kurnia, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta (Jurnal Pendidikan), (Surakarta : UNS, 2013, Volume I No. 2), 1 - 15

ini, hingga melewati masa kejayaan kesultanan Islam di tanah Jawa, masa – masa sulit penjajahan Inggris, Belanda, dan Jepang sampai dengan era kemerdekaan sekarang ini pesantren terus berkiprah dalam amar makruf nahi munkar.

Dalam pergumulan antara mempertahankan identitas dan mengakomodasi arus modernisasi, beberapa pesantren secara kelembagaan menata diri dengan melengkapi struktur organisasinya dengan membentuk humas sebagai bagian dari upaya menjamin eksistensi pesantren di mata publiknya. Dua diantara pesantren tersebut adalah Pondok Pesantren Islam Nurul Huda– Purbalingga dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja – Kabupaten Purbalingga.

Humas diimplementasikan dengan manajemen yang menitikberatkan pada kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi humas. Perencanaan meliputi mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan, serta evaluasi. Pelaksanaan menurut Sulistyorini<sup>141</sup> tugas dan kewajiban humas lembaga pendidikan Islam dalam implementasinya meliputi : a. Menyampaikan pesan atau informasi dari sekolah/pesantren secara lisan, tertulis, atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi sekolah/pesantren, tugas, dan kegiatannya, b. Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik atas kebijakan dan langkah tindakan sekolah/pesantren termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi sekolah/pesantren; memberikan informasi kepada pejabat tentang *public acceptance* atas cara – cara dan pelayanan sekolah/pesantren kepada masyarakat, c. Menyampaikan fakta – fakta mengenai reaksi dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik. Berdasarkan pendapat Sulistyorini maka *frame of work*-nya meliputi menjadwalkan kegiatan, menyusun materi kegiatan, menggunakan media komunikasi, tujuan dan sasaran kegiatan, target

---

<sup>141</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 153

kegiatan, prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan. Evaluasi meliputi persiapan, implementasi, dan dampak<sup>142</sup>. Evaluasi persiapan meliputi mengkaji kecukupan informasi latar yang dikumpulkan, kecocokan isi pesan dan format, dan kualitas pesan itu sendiri. Evaluasi implementasi meliputi mengukur jumlah pesan yang terkirim/terdistribusi, jumlah pesan yang memperoleh tempat di media, jumlah orang yang menerima pesan, dan jumlah orang yang mengikuti pesan tersebut (*feedback*). Evaluasi dampak atau analisis dampak meliputi menghitung jumlah atau persentase audiensi yang mempelajari pesan, jumlah yang mengubah opini mereka, jumlah yang mengubah perilaku mereka sesuai harapan. Selain itu dijalin kerja sama saling menguntungkan dengan masyarakat (*symbiotic relationship*) sehingga terjadi *take and give* antara pesantren dan masyarakat.

Dalam menjaga eksistensi perannya di tengah masyarakat, pesantren melalui program manajemen humas pesantren melakukan berbagai inovasi dalam proses komunikasinya baik dengan publik internal maupun eksternal. Latar belakang publik yang berbeda tentu saja menuntut kejelian praktisi/petugas humas pesantren dalam pemanfaatan media komunikasi yang berbeda – beda pula. Media yang digunakan antara lain :

1. *House journal*

Media *house journal* lazim digunakan untuk publikasi atau sarana informasi kalangan internal terbatas dan umumnya berbentuk buletin, tabloid, majalah, prospektus dan lainnya.

2. *Printed material*

Merupakan barang cetakan untuk keperluan publikasi seperti brosur, leaflet, booklet, kop surat, kartu nama, kartu ucapan selamat (suplemen), kalender dan lainnya.

3. Media pertemuan (*event*)

---

<sup>142</sup> Dan Lattimore et.al, *Public Relations.....*, 175

4. Merupakan pertemuan tatap muka langsung dengan audiens dan berbentuk acara seperti presentasi, seminar, diskusi panel, pameran dan lainnya.

5. Merupakan pertemuan tatap muka langsung dengan audiens dan berbentuk acara seperti presentasi, seminar, diskusi panel, pameran dan lainnya.

6. *Broadcasting media* dan *internet*

Kegiatan humas yang disiarkan melalui televisi/radio, menggunakan komputer untuk e\_mail dan lainnya.

7. Media sarana humas

Media humas ini berkaitan dengan identitas organisasi/lembaga seperti logo, warna standar, penampilan dan citra *lobby* kantor, pakaian seragam, model huruf dan logo (*style and identity mark*) sebagai pembeda dengan yang lain.

8. Media personal

Media humas yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengadakan pertemuan secara langsung (*face to face contact*) untuk maksud mengadakan pendekatan personal (*personal approach*) atau melobi dan meningkat pada negosiasi sehingga kedua belah pihak mencapai kata sepakat (*deal*).

Media komunikasi yang digunakan meliputi proses komunikasi antara pesantren dengan publiknya lebih menekankan pada fungsi komunikasi itu sendiri yang menurut Effendy<sup>143</sup> : a. Fungsi informasi yaitu menyebarkan berbagai informasi yang dibutuhkan pembaca, pendengar, atau pemirsa, b. Fungsi pendidikan yaitu memperkenalkan hal – hal yang sifatnya mendidik audiens seperti mengenalkan nilai – nilai, etika, dan aturan melalui kemas diskusi dan lainnya, c. Fungsi mempengaruhi yaitu menampilkan pesan – pesan yang bermanfaat seperti artikel, *features*, dan lainnya.

---

<sup>143</sup> Elvinaro Ardianto et.al., *Komunikasi Massa.....*, 18

Tujuan akhir proses komunikasi dalam manajemen humas di pesantren tak terlepas dari ekspektasi pesantren untuk mewujudkan hasil yang disebut Ruslan Rosady<sup>144</sup> *good image* (citra positif), *goodwill* (kemauan baik), *mutual appreciation* (saling menghargai), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), dan *tolerance* (toleransi).

Namun demikian harus ada indikator penilaian yang jelas untuk mengukur kinerja manajemen humas di pesantren yang disebut Yosali Iriantara<sup>145</sup> sebagai SMART (*Specific, Measurable, Action – Oriented, Realistic, dan Timetable*). *Specific* berkenaan berkenaan dengan apakah sasaran dan strategi yang kita terapkan sudah terfokus pada perilaku tertentu yang diharapkan. *Measurable* berkenaan dengan hasil yang diharapkan dari program/kegiatan tersebut dapat diukur. *Action – oriented* berkenaan dengan menetapkan strategi dan sasaran yang diawali dengan kata kerja seperti “mengembangkan, menyebarluaskan, meningkatkan, mengidentifikasi”. *Realistic* berkaitan dengan program kerja yang dapat dijalankan. *Timetable* berkaitan dengan penjadwalan yang teragenda jelas dalam implementasinya. Sedangkan Fandy Tjiptono & Anastasia Diana<sup>146</sup> menjelaskan pengukuran kualitas produk dan jasa ditentukan variabel harapan dan kinerja seperti metode sistem keluhan dan saran, survei.

Dalam aktivitas manajemen humas pesantren terhadap publiknya, Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga melakukan aktivitas humas yang mensyaratkan kualifikasi humas yang akan dibahas dengan teori Jefkins<sup>147</sup>

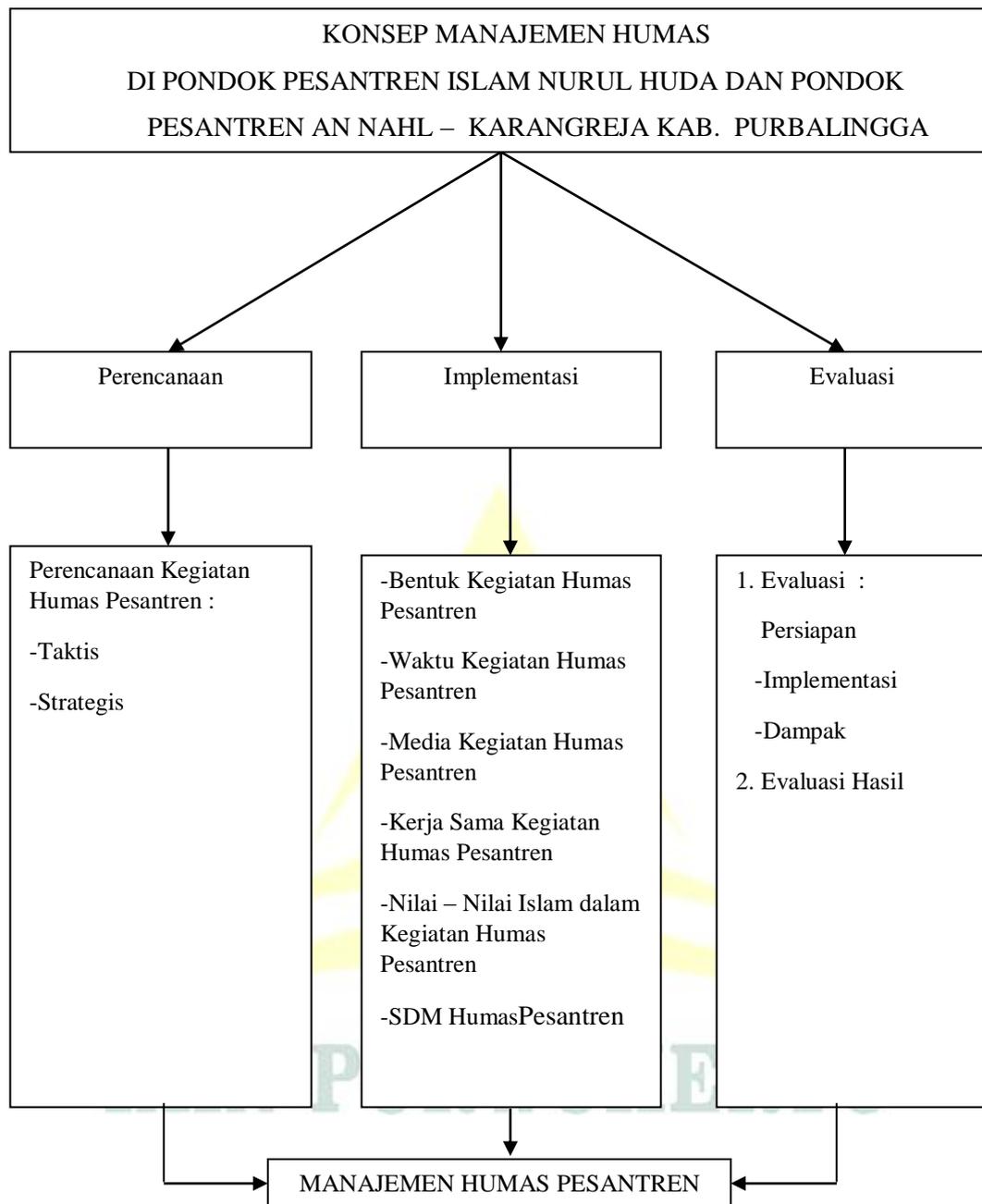
---

<sup>144</sup> Rosady Rosady, *Manajemen Public.....*, 147

<sup>145</sup> Yosali Iriantara, *Humas Sekolah.....*, 115 – 116

<sup>146</sup> Tjiptono & Anastasia, *Total Quality Management*, (Yogyakarta : Andi Offset, Cet. IV, 2003), 45 – 46

<sup>147</sup> Frank Jefkins, *Public Relations*, Haris Munandar, (ter.) (Jakarta : Erlangga, 1995)



Gambar 6  
 Konsep Manajemen Humas  
 Di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl –  
 Karangreja Kabupaten Purbalingga

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja Kecamatan Kutasari Kabupaten Purbalingga dengan pertimbangan masing – masing mewakili tipologi pondok pesantren modern dan pondok pesantren tradisional di Kabupaten Purbalingga dengan perkembangannya yang pesat dengan sekolah/madrasah yang dikembangkannya berkat kinerja divisi humas melalui manajemen humasberbasis pesantren yang optimal.

Sebelumnya dilakukan observasi pendahuluan yang dilakukan pada bulan April 2016 untuk mengidentifikasi Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja sehingga diperoleh data yang utuh untuk mendapatkan data awal guna penentuan kelayakan sebagai lokasi penelitian sehingga dapat disusun proposal penelitian di kedua pesantren tersebut.

Ada pun waktu penelitian berlangsung tanggal 5 Mei 2016 hingga 5 Juli 2016 dengan mengambil waktu selang – seling yaitu pagi pukul 08.00 – 13.00 WIB dan sore pukul 13.00 – 18.00 WIB menyesuaikan kesepakatan waktu yang telah ditentukan.

#### **B. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yakni penelitian ditujukan untuk mengumpulkan data – data penelitian yang berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, foto – foto yang harus dideskripsikan oleh peneliti berkaitan dengan data yang akan diteliti.<sup>1</sup> Ada pun data dan sumber data yang akan diteliti adalah untuk mengetahui implementasi manajemen humas di pesantren dalam

---

<sup>1</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan & Sosial*, (Jakarta : Referensi, Cet. V, 2013), 194

pemanfaatan media komunikasi dalam proses komunikasi pesantren dengan publik Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja, bentuk – bentuk komunikasi Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja terhadap publiknya, media komunikasi yang telah dimanfaatkan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl dalam komunikasi dengan publiknya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk untuk memperoleh gambaran yang utuh tentang implementasi manajemen humas di pesantren dalam pemanfaatan media komunikasi dalam proses komunikasi pesantren dengan publik Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja, bentuk – bentuk komunikasi Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja terhadap publiknya, media komunikasi yang telah dimanfaatkan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl dalam komunikasi dengan publiknya mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya.

Ada pun pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yakni penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif serta hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (dalam penelitian kualitatif disebut *transferability*).<sup>2</sup>

### C. Data dan Sumber Data

Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian dan kesatuan nyata. Kejadian adalah sesuatu yang terjadi pada saat

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, Cet. XVIII, 2013), 15

tertentu. Data merupakan sumber informasi atau bahan mentah informasi.<sup>3</sup> Data pada penelitian kualitatif adalah keseluruhan situasi sosial yang meliputi *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activity* (aktivitas) yang berinteraksi secara sinergis.

Data pada penelitian ini adalah keseluruhan kegiatan manajemen humas pesantren yang meliputi perencanaan, i, dan evaluasi terkait pemanfaatan media komunikasi. Sumber data pada penelitian yang berlokasi di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja adalah ketua yayasan pesantren dan pengurusnya, *asatidz*, santri, petugas humas, pengurus majelis taklim binaan, Instansi/lembaga yang bekerja sama, dan tokoh masyarakat sekitar pesantren. Ketua yayasan pesantren merupakan *top management* yang bersama direktur pesantren merupakan rujukan utama divisi humas pesantren dalam perencanaan manajemen humas berbasis pesantren merupakan sumber data primer dalam perencanaan. Dalam tahap implementasi sumber data primer adalah petugas humas, *asatidz*, santri, pengurus yayasan, direktur pesantren, dan ketua yayasan, tokoh masyarakat, ketua lembaga/instansi yang bekerja sama dengan pesantren yang merepresentasikan pengorganisasian/implementasi manajemen humas berbasis pesantren. Pada tahap evaluasi yang erat kaitannya dengan publik internal maupun eksternal maka sumber data primer adalah santri, *asatidz*, pengurus yayasan (publik internal) dan masyarakat, tokoh masyarakat, ketua lembaga/instansi yang bekerja sama dengan pesantren (publik eksternal).

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian kualitatif berawal dari segala sesuatu yang akan dicari dari objek penelitian yang belum jelas pasti masalahnya, sumber datanya, dan hasil yang diharapkan. Rancangan penelitian bersifat sementara dan akan terus berkembang atau bahkan berubah setelah peneliti memasuki objek

---

<sup>3</sup> Tata Sutabri, *Sistem Informasi Manajemen*, (Yogyakarta : Andi, Cet. I, 2005), Hal. 16

penelitian. Dengan demikian “*the researcher is the key instrument*” yakni *human instrument* yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, mereduksi data, analisis data, dan menarik kesimpulan atas temuan di lapangan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan terknik pengumpulan data yang meliputi wawancara (*interview*), observasi (*observation*), dan dokumentasi (*documentation*).

#### 1. Observasi (*Observation*)

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>4</sup>

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode observasi partisipatif (*participant observation*), observasi tak terstruktur (*unstructured observation*), dan observasi terus terang atau tersamar (*overt and covert observation*).

Observasi partisipatif (*participant observation*), adalah observasi dimana peneliti terlibat langsung dalam suatu kegiatan atau peristiwa yang diamati bersama sumber data penelitian.

Observasi terus terang atau tersamar adalah peneliti secara terus terang menyatakan kepada sumber data bahwa peneliti akan melakukan penelitian sedang observasi tersamar adalah kebalikan dari observasi terus terang yakni peneliti dalam mengobservasi sumber data tidak secara langsung menyatakan akan meneliti sumber data.

Observasi tak terstruktur adalah observasi yang belum tersusun secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi dengan pedoman observasinya dikarenakan dalam penelitian kualitatif masalahnya belum jelas dann akan berkembang dalam penelitian dan obserasi terstruktur dapat dilakukan setelah masalah menjadi jelas.

Metode observasi peneliti gunakan untuk menggali data manajemen humas berbasis pesantren terutama dokumen humas

---

<sup>4</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, Cet. VIII, 1998), 100

pesantren yang berupa *file* maupun *print out* kegiatan humas pesantren, peristiwa *ter-update* humas pesantren, kerja sama humas, media komunikasi humas pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga. Dalam hal ini peneliti hadir secara fisik dan aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan untuk mengamati secara langsung seperti kegiatan rapat pengurus yayasan dan *asatidz*, pengajian umum/tabligh akbar, kegiatan kerja sama antarlembaga, kegiatan sosial, proses penerbitan majalah/buletin pesantren, menjelajah web dan bog pesantren, *open house*, bazaar dan mengikuti kegiatan kesantrian dan secara terus terang menyatakan sedang meneliti pesantren untuk keperluan akademis.

Observasi dilakukan dengan tahapan observasi deskriptif yakni tahap penjelajahan umum (*grand tour*) yang dilakukan awal penelitian untuk mendapatkan data gambaran umum pesantren. Setelah observasi deskriptif dilanjutkan observasi terfokus (*mini tour*) yakni observasi yang sudah difokuskan pada aspek tertentu yakni manajemen humas di pesantren terkait pemanfaatan media komunikasi dalam proses komunikasi pesantren dengan publik Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja, bentuk – bentuk komunikasi Pondok Pesantren Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja terhadap publiknya, media komunikasi yang telah dimanfaatkan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl dalam komunikasi dengan publiknya mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya. Kemudian dilanjutkan observasi terseleksi yakni menguraikan fokus perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang ditemukan sehingga datanya lebih rinci.

## 2. Wawancara (*Interview*)

Esterberg<sup>5</sup> mengemukakan pendapatnya tentang wawancara sebagai “*A meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”.

Wawancara digunakan untuk menggali data tentang studi pendahuluan/penjelajahan umum (*grand tour*) dan penggalian data yang lebih mendalam. Teknik ini didasarkan pada *self – report* yakni laporan diri sendiri atau keyakinan pribadi peneliti. Wawancara yang digunakan pada penelitian ini meliputi wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*) dan wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*).

Wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) adalah wawancara yang menyajikan pilihan jawaban dan penggalian lebih mendalam untuk jawaban tertentu. Tujuan wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka pada item tertentu dengan meminta pendapat sumber data. Wawancara semistruktur peneliti gunakan untuk menggali data perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga utamanya terkait rapat – rapat perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara semistruktur untuk mendapatkan data dengan tambahan penjelasan yang lebih mendalam dari narasumber namun wawancara tidak melebar ke hal – hal lain karena hanya dibatasi pada aspek tertentu sesuai pedoman wawancara.

Wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*) adalah wawancara wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun sistematis, pedoman wawancara

---

<sup>5</sup> Kristian G. Esterberg, *Qualitative Methods in School Research*, (New York : McGraw Hill, 2002) dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, Cet XVIII, 2013), Hal. 317

hanya merupakan garis besar masalah yang akan ditanyakan datanya. Wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*) termasuk dalam *in - depth interview* yang digunakan untuk *grand tour* maupun untuk menggali data yang lebih mendalam setelah masalah diketahui secara pasti. Wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*) peneliti gunakan untuk menggali data perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, serta kerja sama manajemen humas pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja meliputi rapat – rapat, keputusan, dan tindak lanjutnya. Dalam hal ini peneliti terutama menggunakan wawancara tak terstruktur untuk menggali data sejarah pesantren dan pengembangannya yang ter-*cover* dalam kegiatan manajemen humas di pesantren.

### 3. Studi Dokumentasi (*Documentation*)

Metode studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan, mencatat, mempelajari arsip diantaranya buku, notulen rapat, dalil, gambar, catatan, rekaman, *file* dan lain – lain arsip suatu kegiatan.<sup>6</sup>

Metode dokumentasi peneliti gunakan untuk meneliti data – data yang meliputi arsip – arsip yang berupa transkrip, foto, denah lokasi, dokumen kegiatan, peraturan, struktur organisasi, SOP, majalah, situs internet, *file*, dan lain lain arsip manajemen humas pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga. Dalam hal ini peneliti memeriksa semua dokumen, menyalin, memotret, mencatat serta mengurutkan sesuai urutan peristiwa suatu kegiatan manajemen humas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya.

---

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Paktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, Cet. XV, 2013), 274

## E. Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan analisis data manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga selama proses penelitian berlangsung hingga akhir penelitian. Menganalisis data merupakan kegiatan menseleksi dan menyusun data secara sistematis terhadap catatan lapangan hasil observasi, hasil wawancara, dan hasil studi dokumentasi dan fenomena – fenomena yang ada untuk mendapatkan informasi/kesimpulan akhir. Data yang dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan studi dokumentasi) dianalisis melalui tahapan reduksi data, *display* data, dan verifikasi (penarikan kesimpulan). Miles and Huberman<sup>7</sup> mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus – menerus hingga data jenuh. Aktivitas tersebut meliputi *data reduction*, *data display*, *conclusion drawing/verivication*.

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya dan membuang yang tidak diperlukan. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti dalam menelusuri data selanjutnya dikarenakan telah memiliki pijakan sebagian data yang jelas.

Reduksi data meliputi data yang peneliti peroleh meliputi foto – foto, transkrip, dokumen cetak, data – data situs internet, data kegiatan, data kerja sama, data tokoh masyarakat, data perencanaan, data pelaksanaan, dan data evaluasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga. Reduksi data difokuskan pada manajemen humas (perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi humas pesantren serta nilai –

---

<sup>7</sup> Sugiyono, Metode Penelitian....., 337

nilai Islami dalam manajemen humas terkait pemanfaatan media komunikasi).

Reduksi data menekankan pada perencanaan (definisi masalah, merencanakan dan memprogram, aksi dan komunikasi, dan evaluasi), pelaksanaan (menjadwal kegiatan, menyusun materi kegiatan, menggunakan media komunikasi, tujuan dan sasaran kegiatan, sumber daya yang diperlukan, dan prinsip – prinsip islam yang melandasi kegiatan), dan evaluasi ( evaluasi persiapan, evaluasi dampak, dan evaluasi hasil).

## 2. Display Data

Hasil reduksi data selanjutnya disusun secara sistematis dalam deskripsi penelitian yang berupa teks naratif singkat, bagan, hubungan antarkategori, *flowchart* dan lainnya yang merupakan temuan – temuan penelitian tentang perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen humas yang dapat dijadikan indikator implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga.

## 3. Verifikasi (Pengarikan Kesimpulan)

Peneliti melakukan pengarikan kesimpulan atas temuan – temuan dalam penelitian (yang tersaji dalam *display data*) yang kemudian diuji kembali dengan triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, dan menguji kembali dengan observasi di lapangan yakni di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl – Karangreja Kabupaten Purbalingga sehingga di dapat data yang jenuh dan merupakan kesimpulan akhir penelitian manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga

## F. Uji Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif menurut Sugiyono<sup>8</sup> meliputi uji validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), reliabilitas (*dependability*), dan objektivitas (*confirmability*).

### 1. Uji Validitas Internal (*Credibility*)

Uji validitas internal terhadap data penelitian adalah pengujian validitas data atau kesahihan data<sup>9</sup> yang diperoleh selama penelitian berlangsung dengan dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*. Dalam hal ini peneliti menggunakan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi (meliputi triangulasi sumber, waktu, teknik), dan *member check*.

Perpanjangan waktu penelitian merupakan salah satu cara dalam uji kredibilitas data/validitas internal hal ini dapat dijelaskan bahwa hubungan yang semakin akrab antara peneliti dengan sumber data akan meningkatkan keterbukaan dalam memperoleh data yang valid. Susan Stainback dalam Sugiyono menyatakan “*Rapport is a relationship of mutual trust and emotional affinity two or more people*”<sup>10</sup>

Peningkatan ketekunan penelitian adalah melakukan penelitian terhadap data dengan lebih cermat sehingga kemungkinan *human error* dalam memperoleh data dapat diminimalkan atau dihilangkan sehingga memperoleh data yang valid.

Triangulasi menurut William Wiersma dalam Sugiyono<sup>11</sup> “*Triangulation is qualitative cross – validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures*”

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*....., 368 – 377

<sup>9</sup> Iskanadar, *Metodologi Penelitian*....., 231

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*....., 369

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*....., 372

Triangulasi dalam uji kredibilitas data/validitas data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam uji kredibilitas data peneliti melakukan *cross check* data dengan berbagai sumber (memperbanyak sumber data), berbagai cara (dengan berbagai teknik seperti wawancara, observasi, studi dokumentasi), dan berbagai waktu (pagi, siang, dan sore sesuai kesepakatan).

*Member check* adalah pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada sumber data secara langsung sehingga menjamin validitas data penelitian.

## 2. Uji Validitas Eksternal (*Transferability*)

Menurut Danim dalam Iskandar<sup>12</sup> peneliti supaya menghasilkan penelitian yang dapat merekonstruksi realita secara lengkap dan detail seperti direkonstruksikan responden penelitian. Uji validitas eksternal berkaitan dengan sejauh mana penelitian dapat diaplikasikan atau digunakan pada situasi yang lain. Peneliti sendiri tidak menjamin validitas eksternal ini karena validitas eksternal dalam penelitian kualitatif merupakan persoalan empiris tergantung dengan kesamaan konteks, sehingga supaya orang lain memahami temuan penelitian, peneliti harus menyediakan laporan deskriptif yang rinci, jelas, dan sistematis.

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>12</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian.....*, 237

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Pondok Pesantren**

##### **1. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja**

Pondok Pesantren Islam Nurul Huda berlokasi di Desa Karangreja Kecamatan Kutasari Kabupaten Purbalingga. Yayasan Islam Nurul Huda merupakan yayasan yang menaunginya dan didirikan tahun 1992. Pendirian pesantren domotori oleh Ustadz Ali Mubarak, S.Pd.I beserta masyarakat dengan bermodalkan tanah wakaf Ibu Rodiyah seluas 2100 m<sup>2</sup> dan tanggal 17 Juli 1996 resmi didirikan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja. Pondok pesantren terbagi atas pesantren putera dan pesantren puteri. Unit – unit yang ada antara lain Mutawasithah (MTS), I'dad Lughawi, Kuliyyatul Mu'allimin Al Islamiyyah (KMI), dan Kuliyyatul Mu'allimat Al Islamiyyah (KMA). Pendidik/*Asatidz* terdiri dari alumni perguruan tinggi dan pesantren dari berbagai daerah seperti Bima, Semarang, Medan, Bandung, Jepara, Lampung, Solo, dan Surabaya. Santri juga berasal dari berbagai penjuru tanah air seperti Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Nanggroe Aceh Darussalam.

Pengembangan sarana – prasarana pesantren dilakukan tahun 1999 dengan membangun 2 lokal gedung permanen ukuran 28 x 8 m<sup>2</sup> dan 3 lokal bangunan bambu 21 x 8 m<sup>2</sup> murni swadaya masyarakat. Pembangunan berlanjut pada tahun 2001 dengan membangun 1 lokal gedung permanen 16 x 8 m<sup>2</sup> dan pengadaan pipa air bersih dengan mengambil air bersih dari mata air di Desa Candiwulan dengan jarak sekitar 4 km dengan biaya sumbangan masyarakat. Pembangunan pada tahun 2004 adalah 10 MCK (Mandi, Cuci, dan Kakus) ukuran 3 x 3 m<sup>2</sup>, 3 RKB ( Ruang kelas Baru) ukuran 8 x 8 m<sup>2</sup>, 2 asrama ukuran 28 x 8 m<sup>2</sup>. Selain pembangunan pada tahun 2004 dilakukan pengadaan

meubelair pesantren berupa meja kursi dan dipan. Pembangunan dan pengadaan meubelair tahun 2004 semuanya merupakan donasi dari donatur sekitar Barlingmascakeb (Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap, dan Kebumen). Tahun 2006 – 2007 dibangun dapur dan ruang makan ukuran 8 x 8 m<sup>2</sup>, gedung berlantai 2 ukuran 28 x 8 m<sup>2</sup>, dan 1 asrama 28 x 8 m<sup>2</sup>. Pada tahun 2006 – 2007 pula dilakukan pengembangan dengan merintis Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Puteri berlokasi di Kemranjen Banyumas dengan mendapat bantuan berupa pinjaman gedung yang terdiri dari kelas dan kantor berjumlah 17 ruang masing – masing berukuran 7 x 8 m<sup>2</sup>.

Pada periode ketiga kurun – waktu 2006 – 2016 terdapat kemajuan berupa Yayasan Islam Nurul Huda memiliki aset tanah wakaf nonpesantren seluas 8.000 m<sup>2</sup> dan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Puteri dengan wakaf 3.000 m<sup>2</sup> dan didirikan bangunan berupa kelas dan asrama, kantor, dapur, dan gazebo dengan sumber dana donatur Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas, Cilacap, dan Kebumen. Pendirian dan pengembangan pesantren merupakan sinergi pengurus yayasan, pesantren, dan masyarakat berkat hubungan shilaturrahi erat dan terus – menerus dikembangkan pesantren.

“Dari awal pendirian hingga pengembangannya, pesantren bertumpu pada konsep shilaturrahi melalui pengajian, musyawarah, pendekatan tokoh kunci, kerja bhakti, mengundang tokoh, hingga seperti sekarang yang lebih modern seperti bazaar, *open house*, mencetak majalah dan buletin, kerja sama dengan instansi/lembaga, memanfaatkan media sosial, seminar dan lainnya yang dikelola melalui manajemen humas.”<sup>1</sup>

Publik baik internal maupun eksternal solid mendukung pengembangan pesantren karena humas pesantren melakukan pendekatan komunikasi yang berlandaskan nilai – nilai religius yang telah mengakar di masyarakat secara luas dan merupakan nilai yang diharapkan masyarakat dalam hidup bermasyarakat.

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Ketua Yayasan Islam Nurul Huda (Ustadz Ali Mubarak, S.Pd.I) tanggal 6 Mei 2016

“Kami hanya mengamalkan prinsip sesuai aqidah yang kami yakini yakni prinsip – prinsip Islam yang kami aktualisasikan dalam setiap kegiatan pesantren baik di dalam maupun di luar pesantren dan untuk menjaga agar pengamalan tersebut tetap *istiqomah* maka kami susun dalam program manajemen humas berlandaskan pada prinsip – prinsip Islam tersebut. Prinsip – prinsip Islam tersebut kami gali dari nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits. Kami menekankan nilai – nilai yang hidup di pesantren yang relatif terjaga dan diprogramkan untuk diamalkan secara konsisten sehingga menjadi basis nilai pesantren dalam manajemen humas kami yang memiliki nilai plus sehingga mudah diterima masyarakat karena memang pada fitrahnya setiap individu/masyarakat pasti menghendaki nilai – nilai tersebut dalam setiap interaksi.”<sup>2</sup>

Prinsip – prinsip Islam pada manajemen humas yang mewarnai dan hidup di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja adalah *ta’aruf* (saling mengenal), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mengasahi), *tasyawur* (saling bermusyawarah), *ta’awun* (saling bekerja sama), dan *takaful* (saling menanggung).

“Pada hakikatnya manajemen humas kami yang berbasis pesantren adalah manifestasi manajemen humas yang berbasis prinsip – prinsip Islam yang telah mentradisi dan mengakar di pesantren seperti ajakan *amar ma’ruf wa nahi munkar*, menghindari perdebatan dan perselisihan, mengatakan sesuai kebenaran, mempermudah urusan, menyapa dengan salam dan memuliakan setiap tamu, bermusyawarah dalam setiap urusan, bekerja sama dengan prinsip adil, saling menanggung/berbagi tugas dalam hal kegiatan kerja sama, menggunakan kata dan kalimat yang mudah dipahami, tidak provokatif, sesuai dengan kondisi audiens, bilhikmah’<sup>3</sup>

Prinsip – prinsip Islam yang bersumber dari nilai – nilai Al Qur’an dan Al Hadits telah mentradisi serta mengakar menjadi nilai – nilai yang hidup di pesantren kemudian diprogramkan dalam program kerja manajemen humas pesantren sehingga dapat dipedomani dan menjadi standar layanan yang konkret dalam aktivitasnya yang meliputi :

- a Perencanaan yang meliputi :

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Ketua Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja (Ustadz Ali Mubarak,S.Pd.I) tanggal 7 Mei 2016

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ketua Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja [Ustadz Ali Mubarak,S.Pd.I tanggal 10 mei 2016

1) Mendefinisikan masalah

Pada tahap ini perencanaannya yaitu pemantauan/penelitian terhadap masyarakat dalam memahami pelaksanaan program pendidikan pesantren, harapan – harapan masyarakat terhadap tujuan pendidikan di pesantren, perolehan dukungan dan partisipasi konkret masyarakat, keterlibatan tanggung jawab masyarakat, dan keikutsertaan masyarakat dalam pemecahan masalah yang dihadapi pesantren.

2) Merencanakan dan memprogram

Pada tahap ini perencanaannya meliputi mengumpulkan informasi pemantauan terhadap masyarakat dalam memahami pelaksanaan program pendidikan pesantren, harapan – harapan masyarakat terhadap tujuan pendidikan di pesantren, perolehan dukungan dan partisipasi konkret masyarakat, keterlibatan tanggung jawab masyarakat, dan keikutsertaan masyarakat dalam pemecahan masalah. Kemudian disimpulkan kecenderungan, sikap dan tanggapan masyarakat, dukungan dan keterlibatan masyarakat secara konkret dalam pendidikan. Sebagai tindak lanjut program dirumuskan berdasar kesimpulan dalam penelitian/definisi masalah. Program yang dapat dirumuskan yaitu pertemuan, angket, wawancara, kunjungan rumah, pengumuman, pameran, kerja bhakti, rapat, penerbitan buletin, dan berita (online/konvensional). Media komunikasi yang dapat direncanakan yaitu pertemuan calon orang tua/wali santri, pertemuan komite madrasah/persatuan orang tua santri, wawancara tokoh kunci, angket ke sekolah/madrasah di sekitar pesantren, brosur, berita di media cetak dan *online*, pembentukan panitia rehabilitasi dan lainnya.

3) Mengambil aksi dan mengkomunikasikan

Pada tahap ini perencanaannya meliputi koordinasi dan pembagian pekerjaan, pelaksana, dan penentuan waktu

kegiatan. Praktisi humas mengkoordinasikan kegiatan, membentuk tim yang bertugas membantunya dengan persetujuan pimpinan, mengatur pembagian kerja tim, menentukan tim pelaksana, dan jadwal kegiatan beserta sarana – prasarana yang dibutuhkan.

4) Evaluasi

Pada tahap ini perencanaannya meliputi evaluasi yang akan dilakukan. Sebelumnya pada tahap mendefinisikan masalah telah dilakukan pemantauan dan telah dirumuskan program dan penyesuaian yang diperlukan berdasarkan kesimpulan pemantauan. Evaluasi program bertujuan untuk mengetahui apakah setelah perumusan program, implementasi program, dan dievaluasi menunjukkan program berhasil, perlu diteruskan atau bahkan harus dihentikan?

b Pelaksanaan yang meliputi :

- 1) Menjadwal kegiatan
- 2) Menyusun materi kegiatan
- 3) Menggunakan media komunikasi
- 4) Tujuan dan sasaran kegiatan
- 5) Sumber daya yang diperlukan
- 6) Prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan

Selain mengimplementasikan perencanaan yang telah disusun sebelumnya (mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan, serta evaluasi) karena perkembangan situasi dan kondisi organisasi/lembaga seperti pesantren bila perlu dapat melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities, Threats*). Analisis SWOT dilakukan untuk mengembangkan dan mengubah strategi bila diperlukan. SWOT memberikan dasar terorganisasikan untuk diskusi dan berbagi informasi untuk tujuan pengambilan keputusan strategis.

c. Evaluasi yang meliputi ;

Mengukur *output* semata tidaklah cukup bagi manajemen humas berbasis pesantren dikarenakan program kerja humas dan aktivitasnya harus diketahui secara keseluruhan dimulai dari persiapan, implementasi, dan dampak. Evaluasi lengkap dari manajemen humas berbasis pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Persiapan

Diantara kegiatan yang termasuk dalam evaluasi persiapan adalah mengkaji kecukupan informasi latar yang terkumpul, kecocokan isi pesan dan format, kualitas pesan dan lainnya.

2) Implementasi

Termasuk dalam evaluasi implementasi adalah mengukur jumlah pesan yang terkirim (terdistribusi), jumlah pesan yang mendapat respon (terbit di media, mendapat umpan balik audiens), jumlah penerima pesan, peserta *open house*, warga yang mengikuti kegiatan kerja sama dengan pesantren, jumlah tokoh yang hadir memenuhi undangan pesantren, jumlah parade yang terselenggara dan lainnya.

3) Dampak

Dampak terkait apa yang menjadi sasaran dari program dan aktivitas humas yang terealisasikan. Mengevaluasi dampak berarti mengevaluasi prosentase respon atau umpan balik audiens. Termasuk dalam evaluasi ini antara lain berapa banyak audiens yang mempelajari pesan, yang mengubah opini mereka, mengubah sikap mereka, yang berperilaku sesuai yang diharapkan pesantren dan lainnya.

“Bagi pesantren khususnya Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja humas dapat dikatakan merupakan salah satu pilar utama pendirian dan pengembangan pesantren karena peran manajemen humas berbasis pesantren telah mengantar kedekatan pesantren dengan publik internal maupun eksternal. Untuk sumber daya manusia atau praktisi humas pesantren, kami sangat cukup dalam membekali ilmu

karena *include* dengan aktivitas harian santri dan *asatidz* baik berupa materi pembelajaran, ekstra kurikuler, maupun praktik di lapangan seperti *speech contest* Bahasa Indonesia, Bahasa Arab, dan Bahasa Inggris, *dauroh syar'iyah*/seminar keagamaan, jurnalistik, majalah dinding, *khitabah*/latihan pidato, taushiyah rutin santri ba'da maghrib dan shubuh di masjid Jami Nurul Huda plus pengajian remaja masjid/mushalla sekitar pesantren, jadwal rutin *asatidz* membina pengajian di masjid – masjid desa binaan dan pesantren kilat di beberapa sekolah/madrasah seperti SMP Negeri 1 Kutasari, MTs Muhammadiyah 06 Purbalingga, SMK Muhammadiyah 1 Purbalingga, MI Muhammadiyah Candimaya, Praktik Dakwah Lapangan santri yakni bermukim di beberapa desa binaan mengelola dakwah di masjid dan mushalla baik di Purbalingga, Banjarnegara, dan Banyumas selama satu bulan, serta kerja sama berupa pertandingan persahabatan santri, lomba antarsantri antar pesantren, kerja sama dengan kodim untuk acara penjelajahan, kerja sama dengan Bank Mandiri untuk *ifthar jama'i* Ramadhan, kerja sama dengan Bazda Purbalingga untuk santri asuh, kerja sama dengan SAR Purbalingga dalam DIKLATSAR dan tanggap darurat bencana Banjarnegara, kerja sama dengan tokoh dengan mengundang pejabat Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Purbalingga, pejabat Kemenag, Bupati Purbalingga, dosen Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan dai dari Solo maupun Jakarta”.<sup>4</sup>

## 2. Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

Pondok Pesantren An Nahl terletak di Desa Karangreja RT 005 RW 003, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Didirikan oleh KH. Fitron Ali Sofyan, K. Toin Asngad S.Ag, dan H. Kosim,BA pada tanggal 5 Maret 2001 dengan ide dan motor penggeraknya adalah pemuda Fitron Ali Sofyan yang telah selesai menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al Ihya ‘Ulumaddin Kesugihan, Cilacap dengan dibantu oleh ayahnya H. Kosim,BA dan kakak iparnya K. Toin Asngad,S.Ag alumnus Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsuci, Purwokerto maka didirikanlah Pondok Pesantren An Nahl Karangreja.

Bermula dari sebuah bangunan Mushalla Al Hikmah yang didirikan tahun 1979 maka didirikannya Pondok Pesantren An Nahl Karangreja pada tahun 2001 dengan dilengkapi penambahan satu aula dan empat kamar untuk asrama santri. Pengembangan dilakukan dengan

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ketua Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja [Ustadz Ali Mubarak,S.Pd.I tanggal 12 Mei 2016

bertambahnya jumlah santri maka dibangunlah aula ke dua dengan dua lantai pada tahun 2003. Lantai atas diperuntukan asrama santri sedang lantai bawah diperuntukan tempat mengaji. Setelah terbentuknya TPQ An Nahl dan Madrasah Diniyah An Nahl yang bersamaan dengan berdirinya pesantren, didirikan pula PAUD An Nahl tahun 2004 dan tahun 2014 berhasil membangun gedung sendiri sehingga tidak mengindik di gedung pesantren lagi. Pada tahun 2004 dibentuk kelompok belajar Kejar Paket B An Nahl yang merupakan pendidikan kesetaraan setingkat SMP dan berjalan selama tiga tahun.

Pada tahun 2005 Pondok Pesantren An Nahl Karangreja menerima santri puteri. Semula santri puteri hanya menempati satu kamar di bagian rumah kiai dan pada tahun 2016 bertambah menjadi enam kamar untuk santri putera dan santri puteri. Dalam perkembangan selanjutnya terdapat aspirasi dari wali santri yang menghendaki didirikannya sekolah/madrasah lanjutan bagi santri yang telah lulus MTs dan melalui musyawarah bersama wali santri dengan Yayasan An Nahl yang menaungi Pondok Pesantren An Nahl Karangreja, maka pada tahun 2013 di bawah naungan Yayasan An Nahl El Qosimi Purbalingga yang disahkan oleh KEMENKUMHAM (Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia) didirikanlah Madrasah Aliyah El Qosimi (MAQ) Karangreja. Penggunaan nama El Qosimi dinisbatkan kepada ayah KH Fitron Ali Sofyan karena semasa hidupnya Bapak H. Kosim dan Ibu Hj. Hindun berharap besar kepada puteranya tersebut untuk kelak di kemudian hari memiliki sekolah sendiri dan berhasil diwujudkan sesuai amanatnya orang tuanya tersebut.

Seiring berjalannya waktu dengan bertambahnya jumlah santri dan peserta didik di MAQ Karangreja maka pada tahun 2016 dibangun masjid pesantren, ruang kelas baru, dan koperasi pesantren serbausaha yang diperuntukkan melayani kebutuhan santri dan masyarakat umum dengan usaha seperti toko buku dan alat tulis, pertanian, perikanan, peternakan, persewaan tratag, sound system, dan dekorasi pernikahan.

An Nahl diambil sebagai nama pesantren tak lepas dari inspirasi dan filosofi lebah, diharapkan perjalanan pesantren dalam penyelenggaraan pendidikan dan kiprahnya di tengah masyarakat senantiasa seperti lebah madu yang kehidupannya senantiasa menghasilkan manfaat dengan kerja sama yang tak pernah berakhir. An Nahl yang berarti lebah madu adalah salah satu hewan yang di angkat oleh Allah SWT menjadi salah satu judul surat dalam Al-Quran. Lebah adalah salah satu hewan pekerja sosial ia selalu hinggap di bunga dan membantu penyerbukan dan pulang dengan membawa madu yang sebagian besar dimanfaatkan manusia. Lebah tidak pernah tertipu oleh bunga plastik dan lebah mempunyai aturan atau manajemen kerja yang sangat rapi, dan berani berkorban untuk melindungi koloninya. Dari filosofi lebah ini di harapkan pondok pesantren An Nahl bisa mengkader santri - santri yang berjiwa seperti lebah yakni pekerja keras, pekerja sosial, tidak mudah tertipu oleh hal - hal palsu dalam hidup, selalu bermanfaat untuk orang banyak, menguasai manajemen, dan rela berkorban demi orang lain. Dengan latar belakang filosofi tersebut maka An Nahl ditetapkan menjadi nama Pondok Pesantren An Nahl Karangreja.

“Komunikasi dan shilaturrahi merupakan kunci kami dalam pendirian dan pengembangan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja. Masyarakat menjadi mendukung dan terlibat aktif didalamnya dikarenakan adanya kedekatan dan kesepahaman bersama. Ide kami lontarkan melalui interaksi pengajian, musyawarah warga seperti ketika kegiatan RT, dan alhamdulillah dukungan pun mengalir dikarenakan mereka juga memiliki kepercayaan kepada kami akan misi yang hendak kami jalankan”.<sup>5</sup>

KH Fitron Ali Sofyan dan tim keluarga dalam mensosialisasikan pendirian pesantren melalui pengembangan Mushalla Al Hikmah menjadi Pondok Pesantren An Nahl direspon

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan KH Fitron Ali Sofyan (Pengasuh Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) tanggal 20 Mei 2016

masyarakat. Hal ini juga didukung oleh adanya komunikasi yang intensif dan shilaturrahi yang erat dengan masyarakat sehingga menghasilkan *good image*, *goodwill*, *mutual understanding*, *mutual confidence*, *mutual appreciation*, dan *tolerance*.

“Komunikasi yang baik saja di tengah masyarakat terutama di perdesaan yang mana kehidupan di era tahun 2000 -an belum semaju sekarang ini (2015) dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah tak aneh seperti ditandai menjamurnya *gadget* seperti *smartphone* yang mendukung internet sehingga informasi mudah didapat melalui media sosial, itu tidak cukup. Masyarakat membutuhkan yang lebih dari itu. Mereka akan sangat mendukung jika penyampaian kita lebih religius, dan itu budaya yang kita kembangkan sebagai pengamalan agama yang merupakan ilmu yang saya peroleh dari pesantren juga. Di pesantren prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai itu merupakan bentuk pengamalan dalam bermuammalah. Sumbernya berpedoman utamanya dari Al Qur’an dan Al Hadits. Jadi komunikasi menurut Islam ada adabnya, ada prinsip – prinsip Islam yang terkandung dalam tata nilai Al Qur’an dan Al Hadits. Bagaimana berbicara bertiga saja misalnya, bagaimana menerima tamu, informasi atau kabar apa yang boleh disampaikan, bagaimana membantah, dan lainnya sehingga humas pesantren itu tidak bisa lepas dari nilai – nilai itu. Jadi manajemen humas kami berlandaskan atau berbasis nilai – nilai yang mentradisi di pesantren.”<sup>6</sup>

Berkat pendekatan shilaturrahi dan komunikasi yang intens yang dilandasi prinsip – prinsip Islam yang dimanifestasikan dalam humas pesantren, pola hubungan pesantren dan masyarakat semakin menemukan bentuknya yakni harmonis (*comfort*). *Image building* dilakukan pesantren sebagai upaya mendekatkan diri dengan masyarakat dengan senantiasa cek dan ricek dalam berinteraksi dengan publik baik internal maupun eksternal.

“Ada beberapa tahap dalam merencanakan manajemen humas kami. Pada satu forum bulanan kami berkumpul terdiri dari Yayasan An Nahl, Bagian Humas, Pengasuh Pesantren, Kepala MAQ, Kepala PAUD An Nahl, Ketua TPQ An Nahl, dan Kepala Madin An Nahl berkumpul untuk menyampaikan perkembangan situasi dan kondisi yang berkaitan dengan pesantren secara

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan KH Fitron Ali Sofyan (Pengasuh Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) tanggal 22 Mei 2016

keseluruhan karena semua lembaga di bawah naungan pesantren dan di lingkungan pesantren. Tahapan ini adalah tahap mengidentifikasi masalah. Semua masukan/masalah dinotulasi oleh Sekretaris Yayasan An Nahl didampingi praktisi humas pesantren. Semua masukan/masalah disusun menjadi *file*. *File – file* dari masing – masing lembaga dianalisa untuk kemudian disimpulkan kecenderungan sikap masyarakat dalam menanggapi program – program pesantren dan harapan publik terhadap pesantren. Kemudian disusun tindak lanjut dengan menyusun program humas berbasis pesantren. Tahap selanjutnya adalah mengkomunikasikan dan aksi yakni pembagian kerja berupa koordinasi dalam praktik di lapangan. Sebagai tahap akhir perencanaan adalah merencanakan evaluasi biasanya terdiri dari evaluasi persiapan seperti informasi informasi latar yang cukup, evaluasi implementasi seperti pesan yang terdistribusi, evaluasi dampak seperti jumlah peserta yang hadir memenuhi undangan dan lainnya”.<sup>7</sup>

Perencanaan tentu saja harus dilanjutkan pada tahap pelaksanaan. Perencanaan yang telah tersusun dalam program kerja manajemen humas pesantren harus direalisasikan dalam tahap implementasi atau pelaksanaannya. Implementasi merupakan tindakan konkret sebagai perwujudan dari program kerja.

“Perencanaan direalisasikan dengan imlementasi yang mencakup menjadwal kegiatan, menyusun materi kegiatan, menggunakan media komunikasi, tujuan dan sasaran kegiatan, sumber daya yang diperlukan, dan prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan. Kemudian implementasi dilanjutkan dengan evaluasi yang mencakup persiapan, implementasi, dan dampak dari manajemen humas berbasis pesantren”

## **B. Pembahasan**

### **1. Perencanaan Manajemen Humas di Pesantren**

#### **a. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja**

Perencanaan merupakan suatu kegiatan integratif yang berusaha memaksimalkan efektivitas seluruh aktivitas organisasi sebagai suatu sistem sesuai tujuan organisasi. Pada pokoknya

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan KH Fitron Ali Sofyan (Pengasuh Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) tanggal 25 Mei 2016

perencanaan adalah proses manajemen untuk memutuskan apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya. Menseleksi tujuan dan merumuskan kebijakan, program, dan prosedur untuk mencapai tujuan. Muara dari perencanaan adalah apa yang diharapkan dari perencanaan tersebut dan hal ini harus tergambar secara jelas. Dalam pandangan Sondang P. Siagian<sup>8</sup> Proses perencanaan harus bisa menjawab lima pertanyaan pokok yaitu :

(a) Apa yang akan dikerjakan dalam satu kurun waktu tertentu? (b) Siapa yang bertanggung jawab untuk melakukan dan kepada siapa bertanggung jawab? (c) Prosedur, mekanisme, dan metode kerja yang bagaimana yang akan diberlakukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut agar terintegrtasi dengan baik? (d) Adakah penjadwalan kegiatan yang jelas dan harus ditaati? (e) Apa alasan yang benar – benar dapat dipertanggung-jawabkan tentang mengapa berbagai kegiatan harus dilaksanakan?

“Kami mempunyai jadwal pertemuan seluruh pimpinan Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja beserta direktur, kepala – kepala lembaga di bawah naungan yayasan yang diagendakan dan difasilitasi oleh humas yayasan dwi pekanan. Satu bulan sebelum tahun pelajaran tahun pelajaran baru dimulai perencanaan disusun bersama. Karena perencanaan menyangkut semua lembaga dibawah naungan yayasan sehingga semua informasi yang menyangkut : tanggapan masyarakat seperti kepuasan dan keluhan terhadap program pendidikan dan layanan kepada publik baik internal maupun eksternal, harapan dan aspirasi yang berkembang di tengah publik, partisipasi publik dalam ikut memikul tanggung jawab pendidikan dan pemecahan masalah yang ada. Semua laporan dipaparkan secara rinci. *Print out* atau *soft copy* diserahkan kepada humas pesantren sebagai dokumen. Kami masing – masing saling mengkritisi dan memberi masukan dengan dipandu oleh pimpinan yayasan dan dimoderatori oleh humas yayasan. Semua informasi yang masuk diteliti dikritisi, dan diidentifikasi atau didefinisikan secara seksama.”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, Cet. I, 2005), Hal. 63

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi, S.Pd.I (Ketua Ketua Divisi Humas Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 27 Mei 2016

Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja yang telah berkembang pesat dan memiliki berbagai lembaga di bawahnya seperti SDIT Nurul Huda, PAUD Harapan Sholih, TK Harapan Sholih, TPQ Nurul Huda, Madrasah Diniyah Nurul Huda, Unit MTS, Unit KMI, Unit KMA. Pesantren sendiri terbagi atas pesantren putera dan puteri. Tentu berbagai program dan permasalahan serta penyelesaiannya perlu dibahas bersama sehingga dibutuhkan perencanaan bersama yang ditangani petugas khusus yakni praktisi humas yang membidangi divisi humas pesantren. Dalam pertemuan tersebut diidentifikasi permasalahan yang perlu segera ditindaklanjuti, aspirasi publik yang perlu segera ditanggapi atau diagendakan penyelesaiannya, peningkatan partisipasi publik yang perlu ditingkatkan atau informasi partisipasi publik yang perlu dilaporkan secara tertulis maupun lisan, dan pemecahan masalah atas kendala pendidikan atau layanan kepada publik yang perlu peningkatan atau perbaikan perlu dikomunikasikan atau pembahasan bersama.

“Setelah semua informasi masuk pada rapat dwi pekanan dan berhasil diidentifikasi dan diteliti serta diklasifikasikan menurut jenisnya yaitu keluhan, aspirasi, dan partisipasi dari masing – masing lembaga yang ada di pesantren kemudian disimpulkan kecenderungan sikap dan tanggapan masyarakat, dukungan dan keterlibatan masyarakat secara konkret dalam pendidikan dan layanan pesantren. Sebagai tindak lanjut program dirumuskan berdasar kesimpulan dalam penelitian/definisi masalah. Program dirumuskan yaitu berupa pertemuan, angket, wawancara, kunjungan rumah, pengumuman, pameran, kerja bhakti, rapat, penerbitan buletin, dan berita (online/konvensional). Media komunikasi direncanakan yaitu pertemuan calon orang tua/wali santri, pertemuan komite madrasah/persatuan orang tua santri, wawancara tokoh kunci, angket ke sekolah/madrasah di sekitar pesantren, brosur, berita di media cetak dan *online*, pembentukan panitia rehabilitasi dan lainnya sesuai kebutuhan.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi, S.Pd.I (Ketua Divisi Humas Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 28 Mei 2016

Notulasi definisi masalah disimpan menjadi dokumen humas sebagai acuan dalam penyusunan rencana dan program kerja. Dokumen humas tersebut menjadi pedoman dalam merencanakan dan memprogram instrumen dan media komunikasi yang akan digunakan untuk menindaklanjuti semua keluhan, aspirasi, dan partisipasi. Instrumen yang disusun disesuaikan dengan lembaga masing – masing yang mana format dan muatan isi antara yang satu dengan yang lain memiliki spesifikasi yang berbeda. Dalam hal merencanakan dan memprogram program kerja humas sebagai tindak lanjut definisi masalah, yang telah dilakukan Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja tahun 2015 antara lain :

- 1) Pertemuan dengan orang tua santri/wali santri.
- 2) Pertemuan dengan santri.
- 3) Pertemuan dengan *asatidz* dan pengurus yayasan.
- 4) Pertemuan dengan pejabat Kemenag dan Dinas Pendidikan Kabupaten Purbalingga.
- 5) *Tabligh akbar*.
- 6) *Open House*.
- 7) *Speech Contest* tribahas santri.
- 8) Taushiyah santri dan *asatidz* untuk jamaah Masjid Jami' Nurul Huda.
- 9) Praktik dakwah lapangan santri selama satu bulan di tengah masyarakat Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara, dan Banyumas.
- 10) Seminar santri dan *asatidz*.
- 11) Pelatihan multimedia santri dan *asatidz*.
- 12) Pelatihan jurnalistik santri dan *asatidz*.
- 13) Kerja bhakti masyarakat memugar rumah tidak layak huni/dhuafa.
- 14) Qurban bersama masyarakat.

- 15) Bhakti sosial Pondok Pesantren Islam Nurul Huda peduli bencana Banjarnegara.
- 16) Wisuda bersama.
- 17) Mengundang tokoh agama dan pejabat dari berbagai daerah seperti Solo, Banyumas, dan Jakarta diantaranya Bupati Purbalingga H.Drs. Sukento Mahaendrianto, MM dan H. Mintaraga Eman Surya,Lc., MA.
- 18) Menerbitkan majalah, buletin, dan kalender.
- 19) Membuat media online blog dan facebook.
- 20) Kerja sama dengan Bazda Purbalingga, BPBD dan SAR, Rumah Sakit Margono Sukarjo, Kodim Purbalingga, Bank Mandiri, pesantren di Purbalingga, sekolah/madrasah di Purbalingga, desa - desa di Purbalingga, Banjarnegara, dan Banyumas dalam praktik dakwah lapangan santri.
- 21) DIKLATSAR dan *outbond* santri.
- 22) Pelatihan menjahit santri puteri.
- 23) Kunjungan rumah berupa pembagian paket sembako dan zakat fitrah.
- 24) Siskamling bersama masyarakat.
- 25) Kerja bhakti membangun PAMSIMAS bersama empat desa : Candiwulan, Karangreja, Limbangan, dan Cendana.
- 26) Partisipasi dalam lomba antarpesantren yang diselenggarakan Kemenag Kabupaten Purbalingga.
- 27) Olahraga persahabatan antarpesantren dan antara pesantren dengan masyarakat sekitar.
- 28) Membentuk panitia Hari Raya Idul Fitri dan Idul Adha.
- 29) Panitia bazaar, panitia *tabligh akbar* bersama masyarakat dan kepanitian lainnya.
- 30) Memasang papan nama pesantren di jalan raya Kutasari.

### 31) Memebentuk jaringan rekrutmen santri.<sup>11</sup>

“Setelah masalah teridentifikasi, kemudian rencana telah disusun dan diprogram tahapan selanjutnya adalah mengkomunikasikan yakni berupa koordinasi pelaksanaan kegiatan atau aktivitas humas meliputi menyiapkan petugas pelaksana, instrumen, media komunikasi, biaya, materi, dan jadwal. Koordinasi ini merupakan tanggung jawab saya dengan dibantu staf dari santri atau *asatidz*. Karena lembaga banyak maka di tiap lembaga dilengkapi staf humas di bawah koordinasi saya, fungsinya memperlancar sirkulasi informasi baik dari atas ke bawah maupun dari bawah ke atas.”<sup>12</sup>

Koordinasi merupakan kegiatan pengorganisasian. Reeser<sup>13</sup> mengemukakan pengorganisasian sebagai berikut : “*As managerial function, organizing is defined as grouping work activities into departement, assigning, authority and coordinating the activities of the different departements so the objectives are met and conflicts minimized*”.

Reeser menekankan bahwa pengorganisasian berfungsi untuk membagi kerja terhadap berbagai bidang menetapkan kewenangan dan pengkoordinasian kegiatan bidang yang berbeda untuk menjamin tercapainya tujuan dan mengurangi konflik yang terjadi dalam organisasi.

Koordinasi kegiatan yang diagendakan dan difasilitasi humas pesantren bertujuan menjamin terlaksananya program kerja humas pesantren dengan baik. Setelah kurun waktu tertentu bahkan sebelum dan selama pelaksanaan program perlu adanya penilaian untuk mengukur tingkat keberhasilan, kecukupan informasi awal, dan adanya penyimpangan atau tidak sesuai rencana yang telah ditetapkan. Untuk Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja melakukan evaluasi secara berkesinambungan.

---

<sup>11</sup> Observasi dokumen Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja tanggal 27 Mei 2016

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi Ketua, S.Pd.I (Ketua Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 30 Mei 2016

<sup>13</sup> Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, Cet. I, 2005), Hal. 71

“Dalam pertemuan dwi pekan evaluasi secara terus – menerus dilakukan untuk mengukur apakah persiapan pelaksanaan program sudah cukup yaitu semua informasi yang terkumpul telah merepresentasikan masalah yang teridentifikasi, apakah selama pelaksanaan program ada penyimpangan atau tidak sehingga perlu dilanjutkan atau dihentikan di tengah jalan, dan dan hasil yang dicapai dari pelaksanaan program. Evaluasi merupakan instrumen yang tak terpisahkan dari perencanaan manajemen humas kami”.<sup>14</sup>

Manajemen humas di pesantren adalah manajemen humas yang dalam pelaksanaannya berlandaskan prinsip – prinsip Islam yaitu nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits. Di pesantren nilai – nilai tersebut telah mentradisi, inhern dalam kehidupan pesantren sebagai bagaian dari pengamalan agama yang sangat dijunjung tinggi di pesantren. Namun dalam perkembangannya dewasa ini dikarenakan pemanfaatan ilmu modern manajemen yang diterapkan dalam manajemen humas sehingga nilai – nilai tersebut disusun menjadi semacam *code of conduct*, kode etik, atau *standard operation procedure* (SOP) untuk lebih menata keseragaman, ketertiban, penjadwalan kaitannya dalam pemanfaatan media komunikasi dalam layanan kepada publik.

“Nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits kami jadikan dasar dalam aktivitas humas pesantren dan kami tuangkan dalam SOP kegiatan. Tujuannya adalah adanya standarisasi layanan sehingga lebih mendekatkan diri dengan publik dikarenakan kemudahan, kedekatan, dan religiusitas layanan kami. Agama sendiri menganjurkan untuk memudahkan urusan, memuliakan tamu, meningkatkan shilaturrahi, meningkatkan akhlak mulia, tidak menzalimi dan lainnya sehingga nilai – nilai tersebut kami adopsi dalam SOP.”<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi, S.Pd.I (Ketua Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 5 Juni 2016

<sup>15</sup> Wawancara ustadz Amir Abdillah (Kepala Kesantrian Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Putera Karangreja) tanggal 7 Juni 2016

Contoh SOP dalam layanan terhadap tamu yang berkunjung ke Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja<sup>16</sup> sebagai berikut :

Tabel 5  
SOP Kebersihan Ruang Tamu  
Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja

1	Taqdim	Aktivitas yang mencakup tentang kebersihan di ruang tamu.
2	Tujuan	Terciptanya ruang tamu yang bersih dan nyaman untuk di tempati.
3	Dasar Hukum	“Ath thahuru syathrul iman”.
		Intruksi direktur pesantren.
4	Kebijakan/ Ketentuan	Penanggung jawab kebersihan ruang tamu adalah bagian tamu dari IST OPPINDA. Kebersihan ruang tamu dilaksanakan setiap pagi sebelum jam 07.00. Jadwal kebersihan tamu dibuat oleh bagian tamu dari IST OPPINDA. Checklist kebersihan ruang tamu dibuat oleh bagian tamu IST OPPINDA.
5	Unit/Pihak Terkait	Direktur pesantren Kepala kesantrian Bagian tamu Santri

No	Prosedur Tetap	Output	Keterangan
1	Mencuci peralatan akomodasi untuk tamu.	Bersihnya peralatan tamu.	Piring, gelas dll.
2	Menyapu dan mengepel lantai.	Bersihnya lantai.	Lantai, karpet
3	Memebersihkn dan mengelap jendela atau ventilasi.	Bersihnya ventilasi dan jendela.	Kaca

<sup>16</sup> Observasi dokumen arsip pada Kepala Kesantrian dari Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda tanggal 6 April 2017

4	Merapikan Meja Dan Kursi Ruang Tamu	Tertatanya meja dan kursi	Meja dan kursi.
5	Mengisi <i>checklist</i> kebersihan ruang tamu	Terdokumentasikannya hasil kerja siswa dalam kebersihan.	<i>Checklist</i>

“Adapun nilai – nilai yang telah mentradisi di pesantren kami dan terus kami kembangkan adalah : mengucap salam, berpakaian rapi, memuliakan tamu, shilaturrehmi berupa tabligh akbar, *open house*, penerbitan majalah dan buletin (*ta'aruf*), saling berusaha memahami, praktik dakwah lapangan, pengajian umum (*tafahum*), saling menyayangi, santunan santri, kegiatan kesantrian OPPINDA (*tarahum*), saling berusaha meringankan beban, kerja bhakti bedah rumah, kegiatan sosial (*takaful*), saling bermusyawarah, seminar, rapat, diskusi (*tasyawur*), bekerja sama dengan pihak lain, PHBI, panitia seminar, pelatihan, kerja sama antarlembaga (*ta'awun*), berbicara jujur kepada publik (qaulan sadidan), menghindari perselisihan dan perdebatan, menyampaikan informasi tanpa tendensi (qaulan maisuran), menggunakan bahasa yang efektif dan komunikatif (qaulan balighan), tata bahasa yang baik (qaulan ma'rufan), komunikasi sesuai tingkat strata sosial masyarakat (qaulan kariman), berkomunikasi dengan kata – kata yang tepat tidak ambigu (qaulan layyinan), dan mengajak pada yang ma'ruf dan mengajak menghindari yang munkar.”<sup>17</sup>

Nilai – nilai yang diamalkan tersebut di atas merupakan pembiasaan yang senantiasa disampaikan dalam pertemuan dwi pekanan, dicontohkan oleh para *asatidz*, diamalkan dalam amal yaumiah santri, dan dikembangkan dalam SOP yang merupakan program kerja humas pesantren dan dikoordinasikan dengan Direktur Pesantren yang bertanggung jawab penuh santri selama belajar di kelas dan Kepala Kesantrian yang bertanggung jawab

<sup>17</sup> Wawancara dengan Ustadz Amir Abdillah (Kepala Kesantrian Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Putera Karangreja) tanggal 9 Juni 2016

penuh atas santri selama di luar jam pembelajaran kelas/kegiatan di asrama.

b. Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

Perencanaan merupakan hal vital sebelum kegiatan dilakukan oleh pesantren dan lembaga pendidikan Islam pada umumnya. Perencanaan merupakan *blue print* yang menjadi rambu – rambu dalam perjalanan pesantren dalam periode tertentu yang berisi garis – garis kebijakan yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan manajemen humas berbasis pesantren Pondok Pesantren An Nahl Karangreja merupakan aktivitas tahunan yang dilakukan setiap awal tahun pelajaran baru.

“Pada musyawarah bulanan Yayasan An Nahl Karangreja dan seluruh lembaga di bawahnya yang terjadwal secara rutin, kami mengumpulkan seluruh informasi dari masing – masing lembaga dan bidang – bidang yang ada di yayasan. Informasi kami pelajari bersama untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan kami dalam menyelenggarakan pendidikan dan melayani masyarakat. Barang kali masyarakat ada ketidakpuasan, komplain, masukan yang dapat kami tampung untuk perbaikan dan peningkatan pesantren kami. Semua informasi di didokumentasikan Sekretaris Yayasan untuk kemudian diserahkan kepada Humas Yayasan”.<sup>18</sup>

Dalam musyawarah bulanan semua informasi yang bersumber dari publik internal maupun eksternal Pondok Pesantren An Nahl ditelaah secara mendalam untuk sesegera mungkin dilakukan tindak lanjut yang diperlukan dan ter-cover dalam perencanaan. Biasanya informasi yang masuk dalam musyawarah bulanan awal tahun yang bersumber dari publik internal seperti layanan pembelajaran yang meliputi sarana – prasarana, kegiatan pembelajaran, biaya pendidikan, kegiatan asrama dan informasi publik eksternal biasanya tentang eksistensi pesantren seperti peningkatan reputasi pesantren, kiprah dalam berbagai kegiatan

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Ustadz Ghoni Jamaluddin, S.Pd (Sekretaris Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 8 Juni 2016

antarlembaga pendidikan, peningkatan citra pesantren dalam persaingan PPSB serta PPDB.

“Setelah semua informasi masuk dan kami pelajari dan identifikasi secara mendalam sehingga menghasilkan definisi masalah. Definisi masalah Yayasan An Nal Karangreja dan semua lembaga di bawahnya dinotulasi Sekretaris Yayasan dan dijadikan *file* Humas Yayasan. Definisi masalah dipelajari lebih lanjut sehingga dapat disimpulkan bagaimana kecenderungan sikap publik terhadap pesantren ; bagaimana partisipasinya, bagaimana kontribusinya dalam ikut memecahkan masalah, bagaimana harapannya terhadap pesantren. Setelah kecenderungan sikap publik diketahui maka langkah selanjutnya adalah merencanakan program sesuai definisi masalah yang menghasilkan kecenderungan sikap masyarakat tersebut di atas, maka disusun program seperti rapat, jurnalisme, kegiatan bersama masyarakat, kerja sama lembaga, promosi, akuntabilitas publik, partisipasi publik dan media komunikasi disesuaikan seperti agenda rapat, penyelenggaraan pengajian bersama, penerbitan MOU kerja sama dengan pihak lain, *open house*, bazaar, pembentukan panitia, penjadwalan kerja bhakti dan lainnya”.<sup>19</sup>

Merencanakan dan memprogram kegiatan sebagai tindak lanjut definisi masalah yang telah dilakukan Pondok Pesantren AN Nahl Karangreja tahun 2015 adalah sebagai berikut :

- 1) Pengajian akbar dengan tema “Karangreja Bershalawat” bersama Emha Ainun Nadjib dan KH Mustofa Bisri.
- 2) Buka puasa bersama Bupati Purbalingga H. Tasdi,SH, M.Si
- 3) Gebyar Tujuhbelasan kerja sama dengan masyarakat.
- 4) Panitia Hari Raya Idul Fitri dan Idul Adha bersama masyarakat.
- 5) Pengajian malam Ahad Manis untuk umum dihadiri dari berbagai desa di Kecamatan Kutasari.
- 6) Safari dakwah dengan membina pengajian di berbagai desa di kecamatan Kutasari.

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Ustadz Ghoni Jamaluddin,S.Pd (Sekretaris Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 9 Juni 2016

- 7) Kerja sama dengan Sanggaluri Park Purbalingga dalam penyaluran dana zakat, infak, dan *shadaqah* untuk anak yatim dan kaum *dhuafa*.
- 8) Pelatihan kewirausahaan dan membentuk koperasi dengan unit usaha persewaan tratag dan sound system, rias pengantin, perdagangan, pertanian, dan peternakan santri.
- 9) Pelatihan jurnalistik santri dan *asatidz*.
- 10) Pelatihan seni marawis dan hadrah.
- 11) Pelatihan komputer santri.
- 12) Pembentukan panitia pembangunan masjid pesantren bersama masyarakat.
- 13) Membentuk panitia lomba qiraatul qutub santri tingkat Kabupaten Purbalingga dan meraih 9 piala juara satu dan dua sehingga dikirim ke tingkat provinsi untuk santri tingkat madrasah aliyah.
- 14) Membentuk panitia persiapan porseni santri ke tingkat eks – Karesidenan Banyumas.
- 15) Menerbitkan buletin pesantren.
- 16) Membuat brosur pesantren.
- 17) Meluncurkan media online blog dan facebook.
- 18) Membuat majalah dinding santri.
- 19) *Open house* Hari Raya Idul Fitri untuk masyarakat.
- 20) Wisuda santri.
- 21) Memasang *banner* madrasah aliyah di sekitar SMP dan jalan raya Kutasar.

Proses selanjutnya setelah definisi masalah dan merencanakan program adalah mengkomunikasikannya sehingga menjadi aksi manajemen humas di pesantren. Tindakan mengkomunikasikan disini adalah mengkoordinasikan pekerjaan berupa mengatur pembagian kerja, menentukan tim pelaksana, dan penyediaan sarana – prasarananya.

“Dalam menyusun program kerja humas pesantren mengacu pada program yang lama kemudian disesuaikan dengan perkembangan yang ada. Beberapa program biasanya berjalan untuk jangka yang lama sehingga penyesuaian hanyalah menambah dari perubahan atau penambahan program yang baru. Misalnya pengajian malam Ahad Manis untuk umum berlangsung selamanya, rapat orang tua/wali santri berlangsung selamanya penyesuaian misal karena bertambahnya jumlah peserta dan peningkatan sarana – prasarana seperti penggunaan LCD projector yang sebelumnya tidak digunakan. Program baru misalnya adanya kerja sama baru antarlembaga atau organisasi”.<sup>20</sup>

Mengkomunikasikan dan mengambil aksi yang berbentuk koordinasi dalam mengatur pelaksanaan pekerjaan merupakan bentuk pengorganisasian yang melibatkan pembagian kerja, pelaksana, dan sarana – prasarana yang dibutuhkan. Menurut Heidjarachman Ranupandojo<sup>21</sup> pengorganisasian adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang dilakukan oleh sekelompok orang, dilakukan dengan membagi tugas, tanggung jawab, dan wewenang diantara mereka, ditentukan siapa yang menjadi pemimpin serta saling terintegrasi secara aktif. Pengorganisasian memungkinkan pelaksanaan pekerjaan manajemen humas berbasis pesantren yang lebih teratur dan terkendali.

“Dalam merencanakan aksi atau tindakan koordinasi setelah program disusun kegiatannya sebagai contoh diprogram tertera pertemuan maka media komunikasi adalah sebagai contoh pertemuan pengurus yayasan pesantren, pertemuan orang tua/wali santri, pertemuan santri baru, pertemuan donatur dan lainnya sesuai agenda yang ada. Misalnya diprogram tertera Hari Raya bersama masyarakat maka media komunikasinya adalah pembentukan panitia hari raya bersama dan lain – lain program.”<sup>22</sup>

Untuk mengukur apakah manajemen humas berbasis Pesantren Pondok Pesantren An Nahl Karangreja dalam pelaksanaan

---

<sup>20</sup> Wawancara Uztadz Ghoni Jamaluddin, S.Pd (Sekretaris Humas Yayasan An Nahl Karangreja) 10 Juni 2016

<sup>198</sup> Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, Cet. I, 2013), Hal. 129

<sup>22</sup> Wawancara dengan Ustadz Karseno (Kepala Tata Usaha MAQ Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) 10 Juni 2016

memiliki informasi valid hasil penelitian sehingga dihasilkan definisi masalah, penyusunan program kerja telah sesuai definisi masalah atau belum, dalam mengkomunikasikan aksi sudah berjalan dengan baik atau ada kendala dan dapat diteruskan atau tidak maka dilakukan evaluasi yang meliputi evaluasi persiapan untuk mengetahui kecukupan informasi awal tentang kecenderungan sikap publik, evaluasi evaluasi implementasi untuk mengetahui ada penyimpangan atau tidak dalam pelaksanaan sehingga dapat diambil tindakan menghentikan program di tengah jalan atau meneruskannya, dan evaluasi dampak untuk mengetahui dari program yang telah diimplementasikan dampak umpan balik (*feedback*) yang diperoleh seperti apa. Untuk itu evaluasi masuk menjadi sub bagian dalam perencanaan.

“Evaluasi manajemen humas kami dijalankan bukan hanya di akhir periode program saja. Jadi tidak hanya satu tahun sekali melainkan pemantauan dilakukan terus – menerus untuk pengendalian program. Bahkan sejak pengumpulan awal informasi sudah dievaluasi apakah informasi sudah akurat, merepresentasikan publik, atau mencukupi, atau ada informasi yang perlu diverifikasi. Ini proses evaluasi awal atau disebut penelitian untuk identifikasi masalah. Dalam perencanaan program dan implementasi program ada pemantauan untuk mencegah penyimpangan atau barang kali ada perubahan yang perlu dilakukan di tengah program yang berjalan atau bahkan perlu dihentikan karena tidak sesuai lagi dengan perkembangan yang ada semisal penggunaan penggantian sarana – prasarana yang tidak *up to date* lagi dengan dengan yang lebih representatif atau dihentikannya penggunaan OHP dalam rapat karena tidak sesuai dengan perkembangan terkini. Evaluasi terakhir dan terpenting adalah untuk mengukur bagaimana dampak yang dihasilkan dari program yang telah dilaksanakan yaitu berupa *feedback* sebagai contoh berapa lembaga yang memutuskan untuk bekerja sama setelah surat penawaran kerja sama, berapa jumlah orang tua/wali santri yang menghadiri pertemuan, berapa banyak santri yang aktif dalam pembiasaan setelah sosialisais dilaksanakan dan lainnya”.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Ustadz Karseno (Staf Humas MAQ Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) tanggal 12 Juni 2016

Manajemen humas di pesantren telah mahfum merupakan manajemen humas yang dilandasi prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits. Nilai – nilai tersebut di pesantren merupakan tradisi yang terus – menerus dijaga dan diamankan dan perkembangan terkini untuk lebih meningkatkan pengamalan dan menjaga kedisiplinan, keseragaman, dan ketertiban dalam penguamalnya serta perlunya standarisasi maka nilai – nilai tersebut diprogramkan dalam manajemen humas berbasis pesantren untuk lebih menyiarkan ke tengah publik. Menurut Sulistyorini<sup>24</sup> prinsip – prinsip Islam yang menjadi basis nilai manajemen humas berbasis pesantren yang meliputi saling berpesan dengan sabar dan kasih sayang, menyuruh yang makruf dan mencegah yang munkar, saling mempermudah urusan, saling menggembirakan, bersikap lemah – lembut, membantah dengan baik, dengan bijaksana (bil hikmah), dengan tutur kata yang baik, dengan alasan yang rasional atau berdebat dengan cara yang lebih baik (mujadalah), dengan pemaaf dan memohonkan ampunan, dan tidak memaksakan kehendak.

## 2. Implementasi (Pelaksanaan) Manajemen Humas di Pesantren

### a. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja

Proses perencanaan yang telah dijalankan oleh manajemen humas di pesantren harus diimplementasikan atau dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pesantren. Kegiatan dalam implementasi manajemen humas di pesantren berdasarkan pandangan Sulistyorini<sup>25</sup> tentang tugas dan kewajiban humas lembaga pendidikan Islam dalam implementasinya dan menurut Sutisna dalam Syafaruddin<sup>26</sup> tentang format program pengembangan hubungan lembaga pendidikan Islam dengan

<sup>24</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 166

<sup>25</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan.....*, 153

<sup>26</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga.....*, 273 - 274

masyarakat maka dalam pengimplementasiannya meliputi proses kegiatan yang terdiri dari :

1) Menjadwal kegiatan

Praktisi humas pesantren menyusun jadwal yang terdiri dari jadwal pelaksanaan kegiatan humas pesantren meliputi jadwal harian, bulanan, maupun tahunan sesuai sesuai program kerja.

“Jadwal yang telah *fixed* atau ada perubahan baik harian, pekanan, bulanan, maupun tahunan dibuatkan tembusan dan salinan. Tembusan kepada masing – masing kepala lembaga di bawah naungan Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja sedang salinan ditempel di papan – papan pengumuman atau langsung dibagikan kepada publik yang berkepentingan sebagai pemberitahuan.”<sup>27</sup>

Jadwal merupakan acuan kegiatan dalam periode tertentu sehingga tidak berbenturan dalam pelaksanaannya.

Tabel 6  
Jadwal Kegiatan Humas  
Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja Tahun 2015

Bidang Dakwah					
No	Dasar Hukum	Bentuk dan Jadwal Kegiatan			
		Internal	Jadwal	Eksternal	Jadwal
1	Al Qur'an surat Ali Imran : 114 dan 159, Thaha : 44, Al Isra : 28, Al Ahzab : 70, Al Anfal : 1 dan 60, Al Maidah : 2	-Rapat OPPINDA	-Pekanan	-Tabligh akbar	-Tahunan
	Instruksi Direktur Pesantren	-Muhadharah	-Pekanan	-PDL Santri	-Tahunan
		-Khitabah	-Pekanan	-Pengajian Keliling	-Pekanan
		-Taushiyah Kamar	-Harian	-Open House	-Tahunan
2	Instruksi Ketua Yayasan	-Pembekalan PDL	-Tahunan	Idul Fitri	
3		-Rapat Amaliah Ramadhan	-Tahunan	-Amaliah Ramadhan	-Tahunan
		-Daurah Nasyath	-Bulanan	-Rapat Takmir Masjid Nurul Huda	-Bulanan
		-Kultum Shubuh	-Harian	-Qur'ban Bersama	-Tahunan
		-Taushiyah Jum'at Pagi	-Pekanan	-Kultum Shubuh, Maghrib	-Harian
				-Taushiyah Qabla Iftar Jama'i	-Tahunan
					-Pekanan

<sup>27</sup> Wawancara dengan Ustadz Fatih Alfian (Kepala MTs Nurul Huda Puteri dan merangkap Kepala Kesantrian Puteri) tanggal 10 April 2016

				-Pengajian Majelis Taklim Ibu – Ibu -Tarling Asatidz -Siskamling Jamaah Masjid - Pesantren	-Tahunan  -Tahunan -Harian
Bidang Sosial					
No	Dasar Hukum	Bentuk dan Jadwal Kegiatan			
		Internal	Jadwal	Eksternal	Jadwal
1	Al Qur'an surat Ali Imran : 114, Al Maidah : 2, An Nisa : 63, Al Ahzab : 70	-Amal Syahriah -Santunan Santri Asuh	-Harian -Bulanan	-Santunan Santri Asuh -Pembangunan / Renovasi Masjid	-Bulanan -Tahunan
2	Instruksi Kepala Kesantrian	-Ifthar Jama'i Senin	-Pekanan	-Bedah Rumah	-Tahunan
3	Instruksi Direktur Pesantren	Kamis		-Jum'at Bersih	-Pekanan
4	Instruksi Ketua Yayasan	-Jum'at Bersih -Piket Kebersihan Ruang Tamu -Haris Asatidz  -Perumahan Asatidz	-Pekanan -Harian  -Harian  -Tahunan/ -Insidental	-Pemasangan dan Pemeliharaan PAMSIMAS -Program Peduli Bencana Alam Kerja Sama BPBD dan BASARNAS Purbalingga. -Program Kerja Bhakti dan Sanitasi Lingkungan Kerja Sama dengan Desa Karangreja dan Dinas Kesehatan -Program Kerja Sama dengan BAZDA Purbalingga dan Dinas Sosial	-Tahunan/ Bulanan  -Insidental dan   -Pekanan   -Bulanan
Bidang Pendidikan					
No	Dasar Hukum	Bentuk dan Jadwal Kegiatan			
		Internal	Jadwal	Eksternal	Jadwal
1	Al Qur'an surat Adz Dzariyat : 56, Al Alaq : 1 – 2, Al Baqarah : 112, Ali Imran : 159, Al Ahzab : 70, An Nisa : 63, Al	-Rapat Asatidz -Rapat OPPINDA -Rapat Yayasan dan Pesantren	-Pekanan -Harian -Dwi Pekanan	-Rapat Wali Santri -Studi Banding -Bazar Pesantren -Kunjungan Tokoh	-Triwulan -Tahunan -Tahunan -Tahunan

Hujurat : 13, Al Maidah : 2, Ali Imran : 114	- <i>Speech Contest</i> -Penghargaan Santri Berpestasi -Malam Ta'aruf Santri Baru	-Bulanan -Tahunan  -Tahunan	Pendidikan -Sarasehan Pendidikan -Pertandingan Persahabatan Pesantren -Pesantren Kilat Sekolah/Madrasah -Program Kerja Sama <i>outdoor study</i> dengan RSUD Margono Sukarjo, Radio Mafaza, Pesantren di Jawa, Sumatera, Nusa Tenggara, BMT Nurul Huda. -Infak Pendidikan -Program Kerja Sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM	-Semester -Insidental -Insidental / Tahunan  -Insidental  -Harian -Insidental
--	---	--------------------------------------	---	--

Jadwal memuat nilai – nilai Islami yang perlu dipedomani oleh setiap pelaksana kegiatan sehingga menjadi pembiasaan.

## 2) Menyusun materi kegiatan

Materi yang disusun praktisi humas Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja meliputi *print out* atau dokumen tertulis, dokumen dunia maya, dan file komputer.

“Ada beberapa dokumen humas pesantren seperti dokumen tertulis, dokumen dunia maya, dan dokumen *file* komputer. Masing – masing memiliki tujuan dan sasaran yang berbeda.”<sup>28</sup>

Dokumen materi kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja yang berupa *print out* contohnya naskah pidato, proposal kegiatan, dokumen MOU, majalah dan buletin, naskah peraturan/tata tertib, surat undangan, keputusan

<sup>28</sup> Wawancara Ustadz Fatih Alfian (Kepala MTs Nurul Huda Puteri dan merangkap Kepala Kesantrian Puteri) tanggal 15 April 2016

rapat, *draft* perjanjian, surat penawaran, materi pertemuan, rancangan program kerja, dan dokumen evaluasi program. Dokumen dunia maya lebih bersifat informatif seperti pendaftaran santri, kegiatan pesantren, dan pengumuman. *File* komputer merupakan arsip atau *soft copy* semua jenis kegiatan manajemen humas berbasis pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja.

Semua materi mencantumkan dan mengamalkan nilai – nilai seperti ta’aruf, tarahum, tafahum, tasyawur, ta’awun dan takaful dan ajakan amar ma’ruf wa nahi munkar sehingga menjadi pembiasaan dalam berbagai kegiatan kehumasan.

### 3) Menggunakan media komunikasi

Media adalah perantara dari sumber informasi ke penerima informasi<sup>29</sup> sedang komunikasi memiliki arti penyampaian warta yang mengandung macam – macam keterangan dan berusaha untuk mencapai kesamaan makna atau arti (*commonness*).<sup>30</sup> Media komunikasi memiliki arti yang penting dalam menunjang keberhasilan tugas manajemen humas berbasis pesantren. Media komunikasi humas (*public relations*) menurut Rosady Ruslan berupa *house journal* (majalah, buletin), *printed material* (brosur, leaflet, kalender, surat), *special events* (media pertemuan seperti rapat, pameran, seminar, diskusi), *broadcasting media* dan internet (televisi, radio, e\_mail, media sosial), media sarana humas (logo lembaga, pakaian seragam, lobby kantor,) dan media personal (lobi, negosiasi)<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Wina Sanjaya, *Media Komunikasi Pembelajaran*, (Jakarta : Prenada Media Group, Cet. I, 2012), 57

<sup>30</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi* (Bandung : Alfabeta, Cet. I, 2014), 115

<sup>31</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, Cet. XIII, 2016), 115 - 116

“Media komunikasi yang kami gunakan dalam manajemen humas kami bervariasi seperti pertemuan, *open house*, bazaar, *print out* seperti surat, MOU, kalender, majalah, buletin, internet seperti blog, media sosial facebook, kerja sama siaran radio, lobi, dan negosiasi”<sup>32</sup>

Media komunikasi yang telah digunakan untuk mensukseskan program manajemen humas di pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja adalah : a) *House journal* seperti menerbitkan majalah El Huda, buletin El Huda, b) *Printed material* seperti cetak kalender, brosur, leaflet, booklet, banner, surat, naskah pidato, surat perjanjian, naskah MOU, c) *Broadcasting* media dan internet seperti siaran kerja sama di Radio Mafaza, meluncurkan blog dan media sosial facebook, d) *Special events* seperti pertemuan orang tua/wali santri, pengurus, *asatidz*, santri, undangan tokoh dan pejabat pemerintah, open house, bazaar, tabligh akbar, Hari Raya idul Fitri dan Idul Adha bersama, seminar, kerja bhakti, e) Media sarana humas seperti gedung dan masjid pesantren yang megah dan baru, seragam Gemapenta, f) Media personal seperti lobi dan negosiasi dengan donatur se – Purbalingga, Banjarnegara, Cilacap, Banyumas, dan Kebumen sehingga pembangunan gedung asrama puteri yang baru dan masjid seharga 2 miliar ditanggung sepenuhnya oleh *aghniya*.

#### 4) Tujuan dan sasaran kegiatan

Tujuan bersifat lebih umum (abstrak) sedangkan sasaran bersifat lebih khusus atau spesifik (konkret). Menurut Widjaya<sup>33</sup> tujuan humas menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan lembaga atau organisasi di satu pihak dan di pihak lain mengembangkan

---

<sup>32</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi, S.Pd.I (Ketua Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 15 Juni 2016

<sup>33</sup> H.A.W. Widjaya, *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, Cet. VI, 2010), 55 - 59

hubungan yang harmonis (*comfort*). Sedang sasaran humas adalah publik intern dan ekstern publik intern dan publik ekstern. Tujuan manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja mengacu pada visi dan misi pesantren yaitu :

Visi : Sebagai pesantren unggulan yang mampu melahirkan kader umat dan bangsa yang beraqidah Islamiyyah dan memiliki kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

- Misi : (a) Menyelenggarakan pendidikan yang Islami dan keteladanan, (b) Memupuk ukhuwwah Islamiyyah melalui progra praktik dakwah lapangan (PDL) di masjid dan di mushalla serta pesantren kilat di sekolah/madrasah, (c) Membangun komunikasi aktif dengan masyarakat melalui media jejaring sosial, media massa (cetak dan elektronik), partisipasi kegiatan sosial, musyawarah, dan penyelenggaraan event umum dan keagamaan, (d) Memebekali *asatidz* dan santri dengan kemampuan Bahasa Arab dan Inggris serta pengetahuan teknologi informasi.

“Tujuan manajemen humas kami mengacu pada visi dan misi yayasan/pesantren yang intinya ingin memiliki citra yang positif, Islami, melek teknologi, dan dekat dengan publik. *Wish image* dan *performance image* kami jaga. Untuk sasaran humas manajemen humas kami jelas orang tua/wali santri, pengurus masjid/mushalla desa binaan, masyarakat sekitar pesantren, pengurus dan pejabat lembaga/instansi yang berkaitan dengan pesantren, kepala – kepala SD/MI dan SMP/MTs di Purbalingga, para donatur tetap, BPBD dan SAR, Bank Mandiri, BAZDA Purbalingga untuk publik eksternal yang telah lama berinteraksi dengan pesantren. Untuk publik internal adalah santri, *asatidz*, dan pengurus yayasan”<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi (Ketua Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 17 Juni 2016

#### 5) Sumber daya yang diperlukan

Sumber daya yang diperlukan dalam manajemen humas di pesantren adalah sumber manusia (praktisi), sumber daya modal baik barang – barang modal maupun sumber dana.

“Pesantren kami memiliki mekanisme pemenuhan sumber daya yang diperlukan baik personal, finansial, maupun barang modal. Khusus personal rekrutmen melalui Divisi Personalia Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja. Jika sesuai kualifikasi maka diajukan kepada Ketua Yayasan. Untuk personal dalam program kerja manajemen humas dikoordinasikan oleh Humas Yayasan termasuk sarana – prasarananya dibantu Staf Humas di masing – masing lembaga di bawah pesantren.”<sup>35</sup>

Sumber daya merupakan hal vital baik pelaksana pekerjaan, perlengkapan/sarana – prasarana maupun pembiayaannya sehingga program berjalan lancar. Pemenuhan sumber daya terutama sumber daya manusia bersumber dari santri dan *asatidz* yang telah terlatih berbagai kegiatan kehumasan dan pembiasaan pesantren sehingga mendapatkan tenaga yang kualivaid dalam hal nilai – nilai Islami yang diamalkan dalam manajemen humas berbasis pesantren.

#### 6) Prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan

Prinsip – prinsip Islam merupakan point penting manajemen humas berbasis pesantren. Prinsip – prinsip Islam tersebut merupakan nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits. Sebetulnya di pesantren prinsip – prinsip Islam tersebut telah mentradisi namun demi menjaga kontinuitas pengamalan, ketertiban, dan keseragamannya maka distandarisasi melalui manajemen humas berbasis pesantren. Standarisasi tersebut berupa peraturan/tata tertib pesantren, SOP, dan pembiasaan di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja.

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan Ustadz Mujahidin (Ketua Divisi Personalia Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja) tanggal 15 April 2016

Prinsip – prinsip Islam tersebut termuat dalam SOP, tata tertib/peraturan, surat resmi pesantren, informasi dunia maya akun pesantren, majalah dan buletin pesantren, dan dalam acara resmi pesantren<sup>36</sup>. Prinsip – prinsip Islam tersebut adalah : a) *Ta'aruf* (saling mengenal) yang dimanifestasikan dengan shilaturraahmi, berkomunikasi, saling sapa, mengucapkan salam setiap bertemu orang lain dan dalam setiap acara pesantren, baik antarsantri, antarustadz, antarsantri dan ustadz dan dengan masyarakat, tabligh akbar, penerbitan majalah dan buletin b) *Tarahum* (saling mengasihi) diaplikasikan dengan senantiasa bersikap baik dan bersahabat dalam setiap kegiatan, membimbing dengan suka rela, senang hati, dan berdiskusi dengan ramah, saling membantu dalam menyelesaikan pekerjaan, santunan santri, kegiatan kesantrian OPPINDA dan Gemapenta c) *Tafahum* (saling memahami) diwujudkan dengan masing – masing membuka diri dengan kesadaran masing – masing baik santri, *asatidz*, pengurus yayasan maupun masyarakat dengan saling bertanya jawab dalam menghadapi kendala, dan mengurangi ego, praktik dakwah lapangan, tata tertib, pengajian umum d) Tasyawur (saling bermusyawarah) diamalkan dengan mengembangkan musyawarah untuk setiap kegiatan yang memerlukan pembahasan bersama. Pertemuan rutin digelar antarasatidz dwi pekanan bersama yayasan, antarsantri bahkan harian, pertemuan dengan masyarakat seperti rapat takmir masjid, rapat orang tua/wali santri, dan rapat dengan para donatur, diskusi, dan seminar santri e) *Ta'awun* (saling kerja sama) diwujudkan dalam gotong – royong/kerja bhakti di pesantren, kerja sama antarlembaga, kerja sama antarsantri pada forum

---

<sup>36</sup> Observasi dokumen Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja tanggal 20 April 2016

OPPINDA (Organisasi Peserta Didik Pondok Pesantren Islam Nurul Huda), antarsantri dalam forum Gemapenta (Gerakan Remaja Pecinta Alam), dan kerja sama antarpesantren dan antarlembaga, PHBI, panitia seminar, pelatihan f) *Takaful* (saling menanggung) direalisasikan dengan bantuan kemanusiaan bencana longsor Banjarnegara, bedah rumah miskin dan rumah *asatidz*, iuran santri dalam kegiatan santri, qurban bersama dengan masyarakat, wakaf tanah pesantren oleh masyarakat, donasi dari masyarakat untuk pesantren, kerja bhakti bedah rumah, kegiatan sosial g) *Qaulan sadidan* (berbicara jujur) yaitu dengan mengatakan yang sebenarnya telah dilakukan dalam pengajian di pesantren maupun di desa - desa binaan masyarakat di seputar Barlingmascakeb, serta di rapat – rapat yang diadakan pesantren, h) *Qaulan maisuran* (mengindari perselisihan, bicara tanpa tendensi) diwujudkan dengan pemimpin rapat selalu diupayakan yang lebih senior dan berpengalaman luas, i) *Qaulan balighan* (menggunakan bahasa efektif komunikatif) di atasi dengan program *khitabah*, *muhadharah*, *speech contest*, menulis artikel di Majalah El Huda dan Buletin Nurul Huda serta tulisan untuk majalah dinding, j) dengan tata bahasa yang baik

“Adapun nilai – nilai yang telah mentradisi di pesantren kami dan terus kami kembangkan adalah : mengucapkan salam, berpakaian rapi, memuliakan tamu, shilaturrahmi (*ta'aruf*), saling berusaha memahami (*tafahum*), saling menyayangi (*tarahum*), saling berusaha meringankan beban (*takaful*), saling bermusyawarah (*tasyawur*), bekerja sama dengan pihak lain (*ta'awun*), berbicara jujur kepada publik (*qaulan sadidan*), menghindari perselisihan dan perdebatan, menyampaikan informasi tanpa tendensi (*qaulan maisuran*), menggunakan bahasa yang efektif dan komunikatif dan tidak bertele - tele (*qaulan balighan*), tata bahasa yang baik dan beradab (*qaulan ma'rufan*), komunikasi sesuai tingkat strata sosial masyarakat yang menjadi audiens (*qaulan kariman*), berkomunikasi dengan kata – kata yang tepat tidak ambigu (*qaulan*

*layyinan*), dan mengajak pada yang ma'ruf dan mengajak menghindari yang munkar"<sup>37</sup>

b. Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

Setelah proses perencanaan yang terdiri dari beberapa tahap yakni mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil aksi dan mengkomunikasikan, dan evaluasi maka proses selanjutnya dalam manajemen humas di pesantren adalah implementasi. Implementasi (pelaksanaan) terdiri dari beberapa tahap kegiatan sebagai berikut :

1) Menjadwal kegiatan

Apa – apa yang telah ditulis dalam dokumen perencanaan maka harus ditindaklanjuti dengan kegiatan yang terjadwal. Penjadwalan berfungsi menertibkan kegiatan sehingga berjalan sebagaimana mestinya.

“Jadwal kegiatan manajemen humas kami disusun oleh Humas Yayasan dan didokumentasikan oleh Sekretaris Yayasan. Setiap hari Humas Yayasan mengecek jadwal harian maupun jadwal dalam periode tertentu yang telah menjadi program kerja selama minimal untuk satu tahun utamanya program yang telah menjadi kalender tahunan pesantren. Semua jadwal diagendakan oleh Humas Yayasan dan *printed material* disiapkann oleh Sekretaris Yayasan seperti surat undangan, naskah pidato, brosur, *leaflet*, kalender kegiatan, proposal, naskah MOU dan lainnya.”<sup>38</sup>

IAIN PURWOKERTO

Tabel 7

Jadwal Kegiatan Harian Humas  
Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

No	Waktu	Uraian Kegiatan
1	06.15 – 07.00	• Mengucap salam melalui jaringan pengeras ruangan, mengumumkan tadarus.
2	08.00 – 10.00	• Mengangkat telepon, membuka e_mail.

<sup>37</sup> Wawancara dengan Ustadz Abdun Nafi,S.Pd.I (Ketua Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja tanggal 18 Juni 2016

<sup>38</sup> Wawancara dengan Ustadz Ghoni Jamaluddin,S.Pd. (Humas Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 18 Juni 2016

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membaca surat masuk dan mencatat dalam buku agenda surat masuk.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposisi surat</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengagendakan tindak lanjut surat.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghubungi sekretaris apabila perlu dibuat</li> </ul>
		Balasan langsung.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengkliping berita koran yang berhubungan</li> </ul>
		Dengan pesantren.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengumumkan jadwal kegiatan rutin pesantren</li> </ul>
		melalui pengeras ruangan seperti Shalat Duha
3	10.00 - 10.30	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istirahat, Sholat Dhuha</li> </ul>
4	10.30 – 12.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyiapkan draft proposal kegiatan.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempelajari proposal masuk.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuka <i>complaint box</i> dan menampung</li> </ul>
		dan mempelajari aspirasi yang masuk.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menindaklanjuti aspirasi <i>complaint box</i>.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sebelum jam istirahat santri mengingatkan</li> </ul>
		santri untuk untuk senantiasa rukun,
		saling sapa dan salam, saling berbuat baik,
		saling menjauhi kemunkaran, bertutur kata
		yang baik.
5	12.00 – 13.00	Ishoma
6	13.00 – 15.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengumumkan kegiatan ekstrakurikuler</li> </ul>
		santri khatabah, jurnalistik, marawis, tilawah.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memutar murottal, nasyid, asmaul husna.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengecek kesiapan sarana ekstrakurikuler</li> </ul>
		melalui staf humas lembaga di bawah
		yayasan.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengucapkan salam, mengakhiri kegiatan</li> </ul>

Humas yayasan senantiasa mengecek jadwal dan memastikan bahwa semua jadwal kegiatan hariannya maupun jadwal kegiatan pesantren yang menjadi tanggung jawabnya dalam berjalan dengan lancar.

## 2) Menyusun materi kegiatan

Penyusunan materi kegiatan pada manajemen humas Pondok Pesantren An Nahl Karangreja mengacu pada filosofi lebah madu yang menjadi filosofi dan inspirasi pendirian pesantren semangat kerja sama, keikhlasan, berbuat kebaikan, rela berbagi, memberikan manfaat, saling mengenal yang terus digaungkan oleh pengasuh pesantren.

“Bapak Kiai senantiasa mengingatkan kita untuk tidak berhenti dan tidak bosan – bosannya mencotoh dan mengembangkan apa yang dilakukan lebah madu yang menjadi nama pesantren kami yakni An Nahl. Menurut beliau lebah madu adalah pekerja sosial yang menghasilkan kebaikan bukan hanya untuk dirinya saja yakni hasil madunya, saling mengenal dengan saling angguk, rela berkorban yakni sepanjang hari bekerja keras, ikhlas tanpa dipaksa bekerja sepanjang hari. Dalam materi kegiatan manajemen humas kami senantiasa mempedomani nilai – nilai yang kami kembangkan dalam standar layanan seperti mengucapkan salam ketika mengangkat telepon, membackan basmallah dalam mulai aktivitas bersama, menutupnya dengan bacaan hamdallah, saling bersalaman ketika masuk ruangan dan keluar ruangan, mengenakan pakaian muslim ketika bermajelis dan dianjurkan berpeci/kopiah bagi laki – laki, diusahakan memakai wangi – wangian yang wajar, saling mengingatkan untuk melepas sandal/sepatu yang kiri lebih dulu dan memakai dengan kanan lebih dulu.”<sup>39</sup>

Materi kegiatan yang digunakan di Pondok Pesantren An Nahl Karangreja antara lain naskah pengajian, pidato, perjanjian, naskah buletin, brosur, surat undangan, kalender, buku latihan ceramah santri, konten blog dan media sosial

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan Ustadz Ghoni Jamaluddin, S.Pd (Humas Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 20 Juni 2016

facebook dan lainnya. *Point – point* pengamalan prinsip – prinsip Islam sangat kental dan ditekankan sehingga publik internal lebih religius.

### 3) Menggunakan media komunikasi

Pondok Pesantren An Nahl Karangreja menekankan media komunikasi (*special events*) berupa pertemuan karena berangkat dari filosofi lebah madu. Pertemuan sangat identik dengan musyawarah, nilai yang terus didengarkan dan dibudayakan menjadi pembiasaan di lingkungan pesantren dari santri, *asatidz*, dan pengurus yayasan.

“Saya membangun pesantren dengan humas tasyawur (saling musyawarah). Sampai dengan saat ini saya sangat menekankan musyawarah dalam manajemen humas di samping nilai – nilai Islami lainnya tentu. Saya juga senantiasa mengingatkan dan mengembangkan perilaku kerja sama/gotong – royong, keikhlasan, kesantunan, dan kemanfaatan untuk orang lain, dan tentu saja akhlakul karimah. Kemasan acara lebih banyak pertemuan seperti bazaar, *open house*, rapat, kerja bhakti/gotong – royong, pentas wisuda santri, pengajian malam Ahad Manis.”<sup>40</sup>

Citra yang sedang dibangun atau *branding* pesantren adalah “pesantren kerja sama“ yakni nilai yang kelihatannya sederhana dibanding “pesantren teknologi “ atau lainnya, namun nilai yang kelihatannya biasa ini terasa melekat dengan masyarakat dan tidak menimbulkan jarak. Masyarakat terasa merupakan bagian dari pesantren itu sendiri karena kesederhananannya namun tidak mengecilkan arti kemajuan yang dicapai pesantren. Terbukti *branding* yang dijalankan bukan dengan kampanye tapi dengan inspirasi KH Fitron Ali Sofyan,SH.I yang supel dan bersahaja menarik kedekatan dengan masyarakat sehingga pesantren yang masih dalam taraf pengembangan berhasil mendirikan madrasah aliyah yakni MA

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan KH Fitron Ali Sofyan,SH.I (Ketua Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 25 April 2016

El Qosimi dan berhasil menarik minat masyarakat dalam PPDB sehingga memperoleh peserta didik baru dua lokal kelas dan merupakan tertinggi diantara MA baru di Purbalingga.

4) Tujuan dan sasaran kegiatan

Tujuan manajemen humas Pondok Pesantren An Nahl Karangreja mengacu pada visi dan misi pesantren. Visi dan misi pesantren sebagai berikut :

- a. Visi : Mewujudkan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja yang populis, berakhlakul karimah, dan membawa maslahat umat.
- b. Misi : (a) Menyelenggarakan pendidikan yang bermutu dan terjangkau oleh masyarakat, (b) Mengembangkan perilaku berakhlak mulia di kalangan pesantren, (c) Memerperjuangkan kemajuan masyarakat Islam, (d) Bekerja sama dengan pihak lain dalam pengembangan pesantren dan masyarakat.

“Kami menginginkan menjadi pesantren yang merakyat; dekat dengan masyarakat, berakhlak, dan membawa maslahat. Sasaran kegiatan humas kami yakni masyarakat dalam dan luar yang mana kami berpijak di tengah – tengah dua masyarakat tersebut. Untuk mendekati diri dengan masyarakat konsep kerja sama/musyawahar sangat diterima masyarakat. Mereka ingin dekat, mereka butuh pendekatan yang sederhana, jujur, dan ikhlas”<sup>41</sup>

Tujuan kegiatan humas Pondok Pesantren An Nahl Karangreja dalam visi yakni merakyat, berakhlak mulia, dan membawa maslahat umat. Ada pun sasarannya adalah publik yakni terdiri atas publik internal dan eksternal.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Ustadz Karseno (Sekretaris Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 21 Juni 2016

5) Sumber daya yang diperlukan

Rosady Ruslan<sup>42</sup> sumber daya digunakan dalam manajemen humas antara lain penganggaran, *property* (sarana), dan pelaksana dalam rangka *job description*. Sumber daya sangat berperan dalam mensukseskan kegiatan manajemen humas berbasis pesantren. Pondok Pesantren An Nahl Karangreja yang mengusung prinsip *low profile* sangat terbantu oleh *asatidz* maupun santri – santri yang didik langsung oleh KH Fitron Ali Sofyan,SH.I yang sangat dekat dengan masyarakat dan menerapkan pesantren *tasyawur* atau pesantren kerja sama. Kepiawaiannya dalam pendekatan ke masyarakat menjadikan pelaksana manajemen humas dan praktisi humas pesantren menjadi lebih ringan.

Rekrutmen sumber daya manusia Pondok Pesantren An Nahl Karangreja menerapkan prinsip “tanaman kacang panjang yang menjalar pada batang” artinya rekrutmenurut berdasarkan pengalaman dan masa pengabdian di pesantren. Makin lama seseorang mengabdikan diri dan lebih mengenal masyarakat maka makin berpeluang menjadi praktisi humas pesantren. *Point* penting lainnya dalam rekrutmen praktisi humas adalah prinsip – prinsip *tasyawur*, *ta’aruf*, *tarahum*, *ta’awun*, *tafahum*, dan *takaful* yang melekat dan tercermin dalam sikap dan perilaku calon praktisi tersebut.

6) Prinsip – prinsip Islam yang melandasi kegiatan

Pondok Pesantren An Nahl Karangreja telah dikenal dekat dengan masyarakat berkat figur pengasuh pesantren yang gaya kepemimpinannya kental dengan jiwa sosial; merakyat sehingga “pesantren *tasyawur*” yang dikembangkannya berkembang cepat dengan amal usahanya. Prinsip musyawarah melekat erat pada Pondok Pesantren An Nahl Karangreja maka

---

<sup>42</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public*....., 158 -159

kemasan acara lebih banyak bersifat pertemuan dan dialogis; membangun kesadaran karena kedekatan serta pemahaman dan bukan karena doktrin. Di sisi lain kasih sayangnya kepada masyarakat menyebabkan keterbukaan, jiwa kerja sama dan rela berkorban serta suka menolongnya menyebabkan gotong – royong,

Prinsip – prinsip Islam yang telah dicontohkan pendiri pesantren merupakan pilar utama pengembangan pesantren sehingga prinsip *ta'aruf*, *tarahum*, *tafahum*, *tasyawur*, *ta'awun*, dan *takaful* bukan merupakan sesuatu yang baru karena merupakan nilai fundamental pesantren yang telah mengantar pesantren dicintai masyarakat.

### 3. Evaluasi Manajemen Humas di Pesantren

#### a. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja

Evaluasi setidaknya memiliki tiga tingkatan yakni tingkat persiapan, implementasi dan dampak. Evaluasi persiapan untuk mengkaji kecukupan informasi latar, kecocokan isi pesan dan format, serta kualitas pesan itu sendiri yang dikumpulkan dalam menetapkan program. Evaluasi latar sangat penting artinya yang merupakan basis data awal yang berisi informasi program yang akan ditetapkan. Informasi ini menjadi pijakan sehingga perlu memperoleh data yang valid. Validitas data akan berpengaruh pada ketepatan, kesuksesan program.

Evaluasi implementasi mengukur jumlah pesan yang terdistribusi, jumlah orang menerima pesan atau jumlah orang yang mengikuti program, jumlah pesan yang mendapat tempat di media. Evaluasi dampak mengukur audiens yang mempelajari pesan, mengubah opini, atau berperilaku sesuai yang diinginkan atau dengan kata lain program terealisasi.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations.....*, 175

Dalam pengertian tradisional<sup>44</sup> evaluasi program kerja humas dimaksudkan untuk mengukur *output* yakni berapa banyak *script* (naskah pidato, dan lainnya) yang dicetak, brosur yang dibagikan, siaran pers yang diselenggarakan, jumlah majalah yang dicetak dan terdistribusikan, kerja sama yang terselenggara, undangan tokoh yang terjadwal dan terealisasi serta lainnya. Selain mengukur *output*, manajemen humas berbasis pesantren dikarenakan program kerja humas dan aktivitasnya harus diketahui secara keseluruhan dimulai dari persiapan, implementasi, dan dampak. Evaluasi lengkap dari manajemen humas berbasis pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) Persiapan, termasuk dalam evaluasi persiapan adalah mengkaji kecukupan informasi latar yang terkumpul, kualitas pesan, kecocokan isi pesan dan format 2) Implementasi, evaluasi implementasi adalah mengevaluasi jumlah pesan yang terkirim (terdistribusi), jumlah pesan yang mendapat respon (terbit di media, mendapat umpan balik audiens), jumlah penerima pesan, peserta *open house*, warga yang mengikuti kegiatan kerja sama dengan pesantren, jumlah tokoh yang hadir memenuhi undangan pesantren, jumlah parade yang terselenggara dan lainnya 3) Dampak, evaluasi dampak adalah mengevaluasi sasaran program dan aktivitas humas yang terealisasikan. Mengevaluasi dampak adalah menghitung jumlah respon atau umpan balik audiens. Termasuk dalam evaluasi ini adalah berapa banyak audiens yang mempelajari pesan, yang mengubah opini mereka, mengubah sikap mereka, yang berperilaku sesuai yang diharapkan pesantren dan lainnya.

Walaupun evaluasi berada pada urutan terakhir bukan berarti evaluasi adalah fase terakhir proses aktivitas manajemen humas berbasis pesantren. Dalam praktiknya evaluasi sering kali menjadi langkah awal proses aktivitas humas seperti riset. Fungsi riset

---

<sup>44</sup> Dan Lattimore et.al., *Public Relations.....*, 172

sering kali tumpah tindih dengan evaluasi, perencanaan, implementasi, jika dikaitkan dengan penilaian. Namun demikian masing – masing mempunyai tujuan pengukuran yang berbeda.

Untuk lebih memperjelas adanya keterkaitan evaluasi dalam setiap fase program dapat diuraikan sebagai berikut : 1) Pengecekan implementasi, sebagai bentuk evaluasi (penilaian awal) pertanyaan yang muncul adalah adalah seberapa jauh audiensi target dapat dicapai? Meskipun perencanaan yang lengkap telah dilakukan namun dapat dibuat keputusan di tengah pelaksanaan program apakah perlu tidaknya memodifikasi program yang telah direncanakan atau mengoreksi ketidaksesuaian berdasarkan implementasi yang ada 2) Pemantauan pelaksanaan program, pemantauan program disebut juga evaluasi formatif yakni evaluasi selama jangka waktu reguler untuk mengetahui efektivitas program yang telah dibuat. Setiap hasil yang berada di luar perkiraan dinilai dan dimasukkan sebagai faktor dalam penilaian. Pemantauan reguler berfungsi mencari tahu mengapa beberapa hasil berbeda signifikan dari rencana awal sehingga mencegah keterkejutan yang tidak diinginkan 3) Evaluasi hasil, evaluasi hasil disebut juga evaluasi total yakni untuk menilai hasil akhir dari suatu program. Sasaran dan hasil akan diperbandingkan untuk mengetahui apakah ada perbedaan. Evaluasi – evaluasi yang dilakukan sebelumnya menjadi penting untuk menerangkan konteks program diimplementasikan guna menginterpretasikan hasil yang diperoleh. Evaluasi hasil menjadi bahan laporan yang mentransmisikan informasi dengan segala saran untuk perencanaan selanjutnya bagi pengambil keputusan.

Proses evaluasi humas dilakukan terhadap : 1) Penyelesaian tahapan pekerjaan yang dilaksanakan dalam keseluruhan kegiatan/program humas, 2) Khalayak sasaran kegiatan/program humas yang sudah atau belum memperoleh informasi yang

disampaikan, 3) Kegiatan atau materi informasi yang disampaikan untuk sebuah program ada yang lebih baik pada satu kegiatan namun tidak baik untuk kegiatan lainnya, 4) Beberapa aspek dari program berdasarkan evaluasi sementara perlu diperbaiki, atau bahkan perlu diubah, 5) Anggaran yang sudah digunakan masih sesuai dengan rencana anggaran yang disusun.

Termasuk dalam evaluasi humas harus diingat apa saja yang boleh dilakukan oleh praktisi/petugas humas dan apa saja yang tidak boleh dilakukan terutama terkait dengan media massa yang mana melalui media massa semua berita akan dengan cepat tersebar . sikap profesionalisme harus tetap dijaga dalam menjalankan tugas kehumasan.

Manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja melakukan evaluasi humas secara menyeluruh pada tabel di bawah ini<sup>45</sup> :

Tabel 8  
Evaluasi Manajemen Humas  
Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja Tahun 2015

No	Nilai dan Prinsip Islam	Landasan Hukum	Format Pesan / Media	Tujuan dan Kegiatan
1	Mengajak kebaikan	Ali Imran : 114	Pertemuan	Mengajak kepada kebaikan dan
	mencegah keburukan			mencegah kemunkaran seperti
	(amar ma'ruf wa nahi			mempererat shilaturrahmi dan
	nahi munkar)			menghindari perselisihan.
				Kegiatan seperti pertemuan malam
				ta'aruf santri baru, tabligh akbar dll

<sup>45</sup> Dokumen Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda Karangreja tanggal 26 April 2016

2	Saling musyawarah	Ali Imran : 159	Rapat	Memusyawarahkan kegiatan yang
	(tasyawur)			akan dilaksanakan baik intern
				maupun ekstern dalam kerja sama.
				Kegiatan seperti rapat orang tua
				santri, rapat OPPINDA, rapat PDL.
3	Saling kerja sama	Al Maidah : 2	Kerja sama	Menjalin kerja sama dengan
	(ta'awun)		lintas sektoral	pihak lain untuk mengembangkan
				dan meningkatkan citra pesantren.
				Kegiatan seperti PDL santri di
				desa – desa, kerja sama dengan
				BAZDA Purbalingga, kerja sama
				pesantren kilat sekolah/madrasah
				di Purbalingga dll.
4	Saling memahami	Al Anfal : 60	Kegiatan	Mempererat shilaturrahi sehingga
	(tafahum)		persahabatan	muncul kesepahaman. Kegiatan
				seperti pertandingan persahabatan,
				Studi banding.
5	Komunikasi efektif,	An Nisa : 63	Majalah,	Memberi pencerahan dan informasi

	bahasa sesuai audiens,		internet	pengetahuan menggunakan bahasa
	mudah dipahami			baku dan simpel. Kegiatan berupa
	E			
	(qaulan balighan)			penulisan rubrik Majalah El Huda,
				Informasi pada media blog dan
				facebook milik Pondok Pesantren
				Islam Nurul Huda Karangreja
6	Persaudaraan Islam	Az Zumar : 10	Open house	Memperkenalkan pesantren dan
	(ukhuwwah Islamiyah)			meningkatkan persaudaraan
				Sesama muslim
7	Berbicara jujur, a benar	Al Ahzab : 70	Bazar,	Menjaga integritas warga pesantren
	(qaulan sadidan)		naskah MOU	dengan membiasakan diri berkata
				jujur dan benar dalam rangka
				menjaga citra pesantren. Kegiatan
				Antara lain bazar, penerbitan
				Naskah MOU.
8	Saling mengasihi	Al Baqarah : 112	Santunan	Meningkatkan kepedulian dan rasa
	(tarahum)			kasih sayang terhadap sesama.
				Kegiatan seperti santunan santri,
				bedah rumah masyarakat, aksi

Untuk mengetahui apakah program yang dijalankan sudah sesuai perencanaan atau belum, atau ada penyimpangan dalam pelaksanaannya sehingga perlu mengambil keputusan untuk menghentikan program di tengah jalan maka dilakukan evaluasi persiapan dan implementasi sebagai berikut :

Tabel 9  
Evaluasi Persiapan dan Implementasi  
Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja Tahun 2015

Bidang Dakwah						
No	Jadwal Kegiatan dan Evaluasi					
	Internal	Persiapan	Implementasi	Eksternal	Persiapan	Implementasi
1	-Rapat OPPINDA	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	-Tabligh Akbar	-Informasi valid	-Peserta sesuai target
2	Muhadharah	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-PDL Santri	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target
3	-Khitabah	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Pengajian Keliling	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target
4	-Taushiyah Kamar	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	-Open House Idul Fitri	-Informasi valid	-Peserta sesuai target
5	-Pebekalan PDL	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	-Amaliah Ramadhan	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target
6	-Rapat Amaliah Ramadhan	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	-Rapat Takmir Masjid Nurul Huda	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target
7	-Daurah Nasyath	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Qur'ban Bersama	-Informasi valid	-Peserta sesuai target
8	-Kultum Shubuh	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Kultum Shubuh, Maghrib	-Informasi valid	-Peserta sesuai target
9	-Taushiyah Jum'at Pagi	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Taushiyah Qabla Iftar Jama'i -Pengajian Majelis Taklim Ibu – Ibu -Tarling	-Informasi valid -Informasi valid -Informasi	-Umpan balik sesuai target -Peserta sesuai target -Umpan balik

				Asatidz	valid	sesuai target
				-Siskamling Jamaah Masjid Pesantren	-Informasi valid	- Peserta sesuai target
	Bidang Sosial					
No	Jadwal Kegiatan dan Evaluasi					
	Internal	Persiapan	Implementasi	Eksternal	Persiapan	Implementasi
1	-Amal Syahriah	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Santunan Santri Asuh	-Informasi valid	- Peserta sesuai target
2	-Santunan Santri Asuh	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Pembangunan /Renovasi Masjid	-Informasi valid	- Peserta sesuai target
3	-Ifthar Jama'i Senin Kamis	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Bedah Rumah -Jum'at Bersih	-Informasi valid -Informasi valid	- Peserta sesuai target - Peserta sesuai target
4	-Jum'at Bersih	-Informasi valid	-Peserta sesuai target	-Pemasangan dan	-Informasi valid	- Peserta sesuai target
5	-Piket Kebersihan Ruang Tamu	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	Pemeliharaan PAMSIMAS -Program Peduli	-Informasi valid	-Peserta sesuai target -Peserta sesuai target
6	-Haris Asatidz	-Informasi Valid	-Peserta sesuai target	Bencana Alam Kerja		
7	-Perumahan Asatidz	-Informasi valid	-Umpan balik sesuai target	Sama BPBD dan BASARNAS Purbalingga. -Program Kerja Bhakti dan Sanitasi Lingkungan Kerja Sama dengan Desa Karangreja dan Dinas Kesehatan	-Informasi valid -Informasi valid	Peserta sesuai target
8				-Program	-Informasi	-Peserta sesuai

				Kerja Sama dengan BAZDA Purbalingga	valid	target
--	--	--	--	-------------------------------------	-------	--------

**Tabel 10**  
**Evaluasi Hasil Manajemen Humas**  
**Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja Tahun 2015**

Nama Kegiatan : Kegiatan Humas PPI Nurul Huda Karangreja				
Periode Laporan : Januari – Desember 2015				
Penyusun Laporan : Abdun Nafi,S.Pd.I				
No	Pekerjaan yang Diselesaikan	Masalah/Hambatan yang Ditemui	Solusi	Rencana Kerja Berikutnya
	Bidang Dakwah :			
1	Internal :			
1.1	Rapat OPPINDA			
1.2	Muhadharah			
1.3	Khitabah			
1.4	Taushiyah Kamar	Kedisiplinan Acara	Perbaiki SOP	Supervisi Acara
1.5	Pembekalan PDL			
1.6	Amaliah Ramadhan			
1.7	Daurah Nasyath	Kendala Bahasa	Intensif Bahasa/IB	Penjadwalan IB
1.8	Kultum Shubuh			
1.9	Taushiyah Jum'at Pagi			
2	Eksternal :			
2.1	Tabligh Akbar	Over Kapasitas	Disiapkan Trtag	Koordinasi Tim
2.2	PDL Santri			
2.3	Pengajian Keliling	Kendaraan Tim	Wakaf Mobil	Perluasan Area

2.4	Open House Idul Fitri	Over Kapasitas	Disiapkan Tratatag	Koordinasi Tim
2.5	Amaliah Ramadhan			
2.6	Rapat Takmir Masjid Nurul Huda			
2.7	Qurban Bersama	Tenaga Terbatas	Dibantu Santri	Koordinasi Tim
2.8	Kultum Shubuh, Maghrib			
2.9	Taushiyah Qabla Ifthar Jama'i			
2.10	Pengajian Majelis Taklim Ibu-Ibu	Asatidz Sibuk	Dipusatkan Ponpes	Pemusatan MT
2.11	Tarling Asatidz	Kendaraan Tim	Wakaf Mobil	Perluasan Area
2.12	Siskamling Jamaah Masjid Pesantren	Siskamling RT	Revisi Jadwal	Revisi Jadwal

**Tabel 11**  
**Evaluasi Hasil Manajemen Humas**  
**Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja Tahun 2015**

Nama Kegiatan : Kegiatan Humas PPI Nurul Huda Karangreja				
Periode Laporan : Januari – Desember 2015				
Penyusun Laporan : Abdun Nafi,S.Pd.I				
No	Pekerjaan yang Diselesaikan	Masalah/Hambatan yang Ditemui	Solusi	Rencana Kerja Berikutnya
	Bidang Sosial :			
1	Internal :			
1.1	Amal Syahriah			
1.2	Santunan Santri Asuh			
1.3	Ifthar Jama'i Senin Kamis			
1.4	Jum'at Bersih			
1.5	Piket Kebersihan Ruang Tamu			
1.6	Haris Asatidz			
1.7	Perumahan Asatidz			
2	Eksternal :			
2.1	Santunan Santri Asuh			

2.2	Pembangunan/Renovasi Masjid	Masalah Lahan	Musyawarah RT	Koordinasi RT
2.3	Bedah Rumah	Anggaran Terbatas	Koordinasi Desa	Koordinasi Desa
2.4	Jum'at Bersih			
2.5	Pemasangan & Pemeliharaan PAMSIMAS	Anggaran Besar	Proposal ke Dinas Kesehatan	Pengajuan Proposal Dinkes
2.6	Program Peduli Bencana Alam Kerja Sama BPBD dan BASARNAS Purbalingga	Kolektor Jemput Bola Dana Kurang	Koordinasi dengan KOKAM dan OPPINDA	Koordinasi Tim
2.7	Program Kerja Bhakti dan Sanitasi Lingkungan Kerja Sama dengan Desa Karangreja dan Dinas Kesehatan	Anggaran Besar	Proposal ke Dinas Kesehatan	Pengajuan Proposal Dinkes
2.8	Program Kerja Sama dengan BAZDA dan Dinas Sosial Purbalingga	Penerima Bantuan Bertambah	Proposal ke Dinas Sosial	Pengajuan Proposal Dinsos

**Tabel 12**  
**Kegiatan dan Realisasi Manajemen Humas**  
**Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Tahun 2015**

Bidang Dakwah						
No	Bentuk, Jadwal Kegiatan dan Realisasi					
	Internal	Jadwal	Realisasi	Eksternal	Jadwal	Realisasi
1	-Rapat OPPINDA	-Pekanan	Ya	-Tabligh akbar	-Tahunan	Ya
2	-Muhadharah	-Pekanan	Ya	-PDL Santri	-Tahunan	Ya
3	-Khitabah	-Pekanan	Ya	-Pengajian Keliling	-Pekanan	Ya
4	-Taushiyah Kamar	-Harian	Ya	-Open House	-Tahunan	Ya
5	-Pembekalan PDL	-Tahunan	Ya	Idul Fitri		
6	-Rapat Amaliah Ramadhan	-Tahunan	Ya	-Amaliah Ramadhan	-Tahunan	Ya
7	-Daurah Nasyath	-Bulanan	Ya	-Rapat Takmir Masjid Nurul Huda	-Bulanan	Ya
8	-Kultum Shubuh	-Harian	Ya	-Qur'ban Bersama	-Tahunan	Ya
				-Kultum Shubuh, Maghrib	-Harian	Ya

9	-Taushiyah Jum'at Pagi	-Pekanan	Ya	-Taushiyah Qabla Ifthar Jama'i -Pengajian Majelis Taklim Ibu – Ibu -Tarling Asatidz -Siskamling Jamaah Masjid - Pesantren	-Tahunan -Pekanan -Tahunan -Harian	Ya Ya Ya Ya
Bidang Sosial						
No	Bentuk, Jadwal Kegiatan dan Realisasi					
	Internal	Jadwal	Realisasi	Eksternal	Jadwal	Realisasi
1	-Amal Syahriah	-Harian	Ya	-Santunan Santri Asuh	-Bulanan	Ya
2	-Santunan Santri Asuh	-Bulanan	Ya	-Pembangunan / Renovasi Masjid	-Tahunan	Ya
3	-Ifthar Jama'i Senin Kamis	-Pekanan	Ya	-Bedah Rumah -Jum'at Bersih	-Tahunan -Pekanan	Ya Ya
4	-Jum'at Bersih	-Pekanan	Ya	-Pemasangan dan Pemeliharaan PAMSIMAS	-Tahunan/ Bulanan	Ya Ya
5	-Piket Kebersihan Ruang Tamu	-Harian	Ya	-Program Peduli Bencana Alam	-Insidental	Ya
6	-Haris Asatidz	-Harian / Tahunan	Ya	Kerja Sama BPBD dan BASARNAS Purbalingga.	dan Pekanan	Ya
7	-Perumahan Asatidz	-Insidental	Ya	-Program Kerja Bhakti dan Sanitasi Lingkungan Kerja Sama dengan Desa Karangreja dan Dinas Kesehatan -Program Kerja Sama dengan BAZDA Purbalingga dan Dinas Sosial	-Insidental  -Bulanan	Ya  Ya
Bidang Pendidikan						
No	Bentuk, Jadwal Kegiatan dan Realisasi					
	Internal	Jadwal	Realisasi	Eksternal	Jadwal	Realisasi
1	-Rapat Asatidz	-Pekanan	Ya	-Rapat Wali Santri	-Triwulan	Ya
2	-Rapat OPPINDA	-Harian	Ya	-Studi Banding	-Tahunan	Ya
3	-Rapat Yayasan dan Pesantren	-Bulanan	Ya	-Bazar Pesantren -Kunjungan Tokoh Pendidikan	-Tahunan -Tahunan	Ya Ya
4	-Speech Contest	-Bulanan	Ya	-Sarasehan Pendidikan	-Semester	Ya
5	-Penghargaan Santri Berprestasi	-Tahunan	Ya	-Pertandingan Persahabatan Pesantren	-Insidental	Ya
6	-Malam Ta'aruf	-Tahunan	Ya	-Pesantren Kilat	-Insidental	Ya

Santri Baru			Sekolah/Madrasah	/ Tahunan	
			-Program Kerja Sama <i>outdoor study</i> dengan RSUD Margono Sukarjo, Radio Mafaza, Pesantren di Jawa, Sumatera, Nusa Tenggara, BMT Nurul Huda.	-Insidental	Ya
			-Infak Pendidikan	-Harian	Ya
			-Program Kerja Sama dengan Kementerian Koperasi dan UKM	-Insidental	Ya

#### b. Pondok Pesantren An Nahl Karangreja

Evaluasi yang dilakukan manajemen humas di Pondok Pesantren An Nahl Karangreja meliputi evaluasi persiapan, implementasi dan evaluasi hasil. Evaluasi dilakukan secara berkesinambungan selama program berjalan berupa pemantauan program dan setelah periode program berakhir.

“Kami selalu mengevaluasi program selama program berjalan maupun diakhir program maupun setelah periode program berakhir pada akhir tahun. Di tengah program berjalan adakalanya program dihentikan karena kendala yang tak dapat di atasi atau dibuat penyesuaian – penyesuaian jika program dapat dimodifikasi. Secara keseluruhan program dapat terlaksana dengan baik berkat kerja sama yang kami selalu tekankan. Publik relatif kondusif dan proaktif dalam memajukan pesantren. Mereka merasa memiliki sehingga merasa berkewajiban mensukseskan setiap program kami.”<sup>46</sup>

Pondok Pesantren An Nahl Karangreja senantiasa mengembangkan prinsip – prinsip tasyawur, ta’aruf, tarahum, tafahum, ta’awun, dan takaful yang mendapat respon positif publik dikarenakan sosok KH Fitron Ali Sofyan,SH.I yang merakyat.

“Harus diakui figur KH Fitron Ali Sofyan,SH.I merupakan kunci utama kesuksesan dalam program manajemen humas pesantren kami namun demikian kerja sama yang dibangun manajemen humas juga tidak bisa dianggap kecil Usahanya yang terus menerus mensosialisasikan program melalui pengeras suara jaringan misalnya, pengecekan program kepada staf humas

<sup>46</sup> Wawancara dengan Ustadz Karseno (Sekretaris Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 10 Juni 2016

lembaga setiap program berjalan juga memberi kontribusi yang signifikan.”<sup>47</sup>

Sebagai tindak lanjut hasil evaluasi yang dilakukan Pondok Pesantren An Nahl setelah program berakhir adalah menyusun program kerja tahun berikutnya berdasarkan hasil yang telah dicapai pada periode yang telah berakhir. Ada program yang dapat selesai, dilanjutkan karena bersifat multi years, mengalami revisi, dan dihentikan.

“Masing – masing lembaga di bawah naungan Yayasan An Nahl juga berusaha menampilkan citra terbaiknya dengan bekerja keras seperti pada lomba *Qiroatul Kutub* MA El Qosimi mendapatkan sembilan piala kejuaraan sehingga menjadi kontingen terbaik diantara MA dan pesantren se – Purbalingga sehingga maju ke tingkat provinsi. Hal demikian ini sangat diapresiasi orang tua/wali santri sehingga pada PPDB berikutnya meningkat seratus persen dari tahun sebelumnya mendapat santri satu rombongan belajar menjadi paralel yakni dua rombongan belajar. Bagi MA lain mungkin ini belum seberapa tapi bagi kami yang sedang giat bebenah ini sangat berarti dan memacu semangat kami untuk terus menjaga amanah kepercayaan publik”<sup>48</sup>

Kerjasama antarelemen baik santri, *asatidz*, pengurus yayasan yang erat dan menggambarkan kuatnya tali shilaturrahmi diantara elemen tersebut menjadi modal Pondok Pesantren An Nahl dalam mengembangkan pendidikan dengan prinsip pesantren *tasyawur* dan lebih dikenal dengan istilah pesantren kerjasama seperti filosofi “An Nahl” atau “lebah madu” yang membawa maslahat bagi masyarakat.

“Kami merasa sangat dihargai, disayangi, dididik dengan sepenuh hati, dipahami sebagaimana keadaan kami, diberdayakan dan kami menjadi sangat cinta dengan An Nahl. Kami sangat menghormati guru – guru kami, *ustadz – ustadz* kami yang senantiasa membimbing kami dengan semangat “lebah madu”

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Drs. H Yusron (Kepala MA El Qosimi Pondok Pesantren an Nahl Karangreja) tanggal 12 Juni 2016

<sup>48</sup> Wawancara K. Toin Asngad, S.Ag (Pengurus Yayasan An Nahl Karangreja) tanggal 15 Juni 2016

yang terasa sangat mendalam di lubuk hati kami karena keteladanan pemimpin kami.”<sup>49</sup>

Evaluasi manajemen humas di pesantren Pondok Pesantren An Nahl Karangreja disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 13  
Evaluasi Persiapan Manajemen Humas Berbasis Pesantren  
Pondok Pesantren An Nahl Karangreja Tahun 2015

No	Peserta	Format Pesan	Isi Pesan	Narasumber
1	Masyarakat Umum	Pengajian/ pesan	Memajukan pendidikan	KHMustofa Bisri
		monolog	pesantren	
2	Warga Pesantren	Shilaturrahmi/ pesan	Kerja sama umat dan	Bupati Purbalingga
		dialogis	<i>umara</i>	Drs. Tasdi
3	Masyarakat Umum	Permainan/ kreativitas	Partisipasi Pesantren	Kepala Desa
4	Masyarakat dan Pesantren	Ibadah bersama	Mengisi Hari Raya	KH Fitron Ali Sofyan
			bersama	
5	Masyarakat Umum	Pengajian/ Pesan	Menjalin ukhuwwah	KH Fitron Ali Sofyan
		monolog	Islamiyyah	
6	Jamaah binaan	Pengajian	Membangun	KH Fitron

<sup>49</sup> Wawancara dengan Muchamad Ali Mashar (aktivis dan santri Pondok Pesantren An Nahl Karangreja) tanggal 20 Juni 2016

Setelah evaluasi persiapan dilakukan dan menghasilkan informasi yang valid dan cukup dengan cara *cross check* maka dapat dilanjutkan dengan pemantauan implementasi atau pemantaun program yang berjalan. Pondok Pesantren An Nahl secara berkesinambungan melakukan pemantauan implementasi dalam rangka menghindari penyimpangan. Praktisi humas yayasan senantiasa aktif dalam memantau program dibantu sekretaris yayasan. Contoh evaluasi dan evaluasi hasil disajikan di bawah ini:

Tabel 14  
Evaluasi Implementasi Manajemen Humas  
Pondok pesantren An Nahl Karangreja Tahun 2015

No	Pesan	Penerima	Kehadiran	Jumlah Feedback
1	Undangan <i>open house</i>	500	490	Setuju tahunan 490
2	Pengajian akbar	450	425	Berinfak gedung 400
3	Safari dakwah	200	200	Rutin infak 150
4	Santunan dhuafa	100	100	Donatur menjadi 103
5	Panitia pembangunan	50	50	Sepakat 50
6	Menerbitkan buletin	20	20	Sepakat diperbaiki 20
7	Membuat brosur	5	5	Sepakat berkualitas 5
8	Gebyar wisuda santri	75	75	Sepakat meriah 75
9	Mengundang Emha	400	350	Sepakat 350
	Ainun Nadjib			
10	Pelatihan jurnalistik santri	100	100	Sepakat 100
11	Membentuk panitia lomba	25	25	Sepakat 25
	qiraatul kutub			
12	Memasang banner PPDB	10	10	Sepakat 10

Tabel 15  
Evaluasi Hasil Manajemen Humas  
Pondok Pesantren An Nahl Karangreja Tahun 2015

Nama Kegiatan : Kegiatan Humas PP An Nahl Karangreja				
Periode Laporan : Januari – Desember 2015				
Penyusun Laporan : Ghoni Jamaluddin, S.Pd				
No	Pekerjaan yang Diselesaikan	Masalah/Hambatan yang Ditemui	Solusi	Rencana Kerja Berikutnya
B	Bidang Dakwah :			
1	Internal :			
a	Pengajian akbar	Biaya event	Persiapan lama	Paniatia dibentuk lebih awal
b	Pengajian malam kamis			
c	Panitia HR Idul Fitri			
d	Pelatihan komputer santri	Komputer terbatas	Proposa	Pengajuan proposal Kemenag
e	Santunan dhuafa			
f	Pelatihan marawis	Pelatih bergilir	Pelatih tetap	Mencari pelatih tetap
g	Membuat brosur pesantren			
2	Eksternal :			
a	Safari dakwah	Transportasi	Donatur	Mencari donatur tetap
b	Meluncurkan blog	Jaringan	Memiliki tower	Rencana pendirian tower
c	Memasang banner	Perusakan	Koordinasi desa	Koordinasi pemesanan dengan
d				Desa setempat
e				

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Secara umum manajemen humas adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis

Pesantren sebagai suatu lembaga pendidikan agama yang tumbuh dan diakui masyarakat sekitar dengan sistem asrama (kampus) yang mana santri – santri menerima pendidikan melalui sistem pengajian atau madrasah dan sepenuhnya berada di bawah *leadership* seorang atau beberapa kiai/*ustadz* dengan ciri kharismatik dan independen.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengutamakan prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits senantiasa mendasari keseluruhan aktivitas pesantren dengan nilai – nilai meliputi :

1. Saling berpesan dengan sabar dan kasih sayang.
2. Menyuruh yang makruf dan mencegah yang munkar.
3. Saling mempermudah urusan.
4. Saling menggembirakan.
5. Bersikap lemah – lembut.
6. Membantah dengan baik.
7. Dengan bijaksana (bil hikmah).
8. Dengan tutur kata yang baik.
9. Dengan alasan yang rasional atau berdebat dengan cara yang lebih baik (mujadalah).

10. Dengan pemaaf dan memohonkan ampunan.

11. Tidak memaksakan kehendak.

Dalam konsep Islam kerjasama baik antarindividu maupun lembaga yang dapat membentuk *ukhuwah Islamiyah* (QS. Al Zumar (49):10, Al Anfâl (8 ):1) dapat terwujud melalui enam langkah sebagai berikut: *ta'âruf* (saling mengenal), *tafâhum* (saling memahami), *tarâhum* (saling mengasihi), *tasyâwur* (saling bermusyawarah), *ta'âwun* (saling kerjasama), *takâful* (saling menanggung).

Manajemen humas di pesantren adalah program kegiatan humas yang senantiasa dikaitkan dan berdasar prinsip – prinsip Islam berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits dan telah hidup serta membudaya di pesantren sebagai bagian dari tata nilai/tradisi pesantren seperti *ta'âruf*, *tafâhum*, *tarâhum*, *tasyâwur*, *ta'âwun*, dan *takâful*. Dengan demikian manajemen humas di pesantren adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi/pesantren; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis yang berdasarkan prinsip – prinsip Islam yang berupa nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadits dan seperti *ta'âruf*, *tafâhum*, *tarâhum*, *tasyâwur*, *ta'âwun*, dan *takâful* telah mentradisi sebagai tata nilai komunikasi pesantren dengan publik.

Implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dengan dilakukan dengan menerapkan prinsip – prinsip *ta'aruf*, *tarahum*, *tafahum*, *tasyawur*, *ta'awun*, dan *takaful* menjadi satu bagian dalam proses pengembangan pesantren dan Divisi Humas Yayasan Islam Nurul Huda mengambil peran yang signifikan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program sehingga prinsip *division of work* dapat berjalan. Keuntungannya kemandirian humas terjaga dan tidak memiliki

ketergantungan pada figur sentral namun kelemahannya ada kemungkinan kurang terkontrol.

Implementasi manajemen humas di Pondok Pesantren An Nahl Karangreja dipengaruhi figur sentral pengasuh pesantren yang sangat berpengaruh terhadap kebijakan humas pesantren yang menginspirasi dengan filosofi “An Nahl atau lebah madu” dengan menekankan musyawarah. Keuntungannya proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi dipenuhi dengan musyawarah sehingga simpati dan kepercayaan masyarakat tinggi. Kelemahannya jika suatu saat terjadi suksesi kepemimpinan dikhawatirkan dapat berpengaruh pada kinerja humas pesantren.

## **B. Saran – Saran**

Berdasarkan temuan di lapangan maka perlu tindak lanjut yang disarankan :

1. Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Karangreja dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja secara signifikan berkembang berkat dukungan publik yang menaruh kepercayaan karena kuatnya peran humas pesantren sehingga prinsip – prinsip Islam ta’aruf, tarahum, tafahum, ta’awun, tasyawur, dan takaful melekat di hati publik maka perlu dijaga kepercayaan tersebut dengan meningkatkan layanan lebih baik lagi.
2. Kemandirian dan kemandirian humas pesantren Pondok Pesantren Islam Nurul Huda adalah baik namun jangan sampai meninggalkan garis kebijakan pimpinan apalagi bersaing program dan sebagai untuk Pondok Pesantren An Nahl Karangreja menjunjung pin dengan selalu mentaati adalah baik namun jangan sampai ketergantungan dan mematikan inisiatif humas pesantrennya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. *Kapita Selekta Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2000
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 2013
- Aziz, Fathul Aminuddin. *Manajemen Pesantren*, Purwokerto : STAIN Press, 2014
- Brown, Millon. *Effective Work of Management*. Kurniadin, Didin dan Imam Machali (terj.). Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2013
- Daryanto. *Kepala Sekolah sebagai Pemimpin Pembelajaran*, Yogyakarta : Gava Media, 2011
- Emery, Edwin. *Introduction to Mass Communication*, New York : Harper Row Publishers, 1988
- Fahrurrozi. *Manajemen Mutu Kepemimpinan Pendidikan*, Yogyakarta : IRCISoD, 2012
- Fauzi Muharom. *Respon Pondok Pesantren dalam Pencitraan Media* (Disertasi), Yogyakarta : Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2015
- Feriyanto, Andri dan Endang Shytha Triana. *Pengantar Manajemen*, Kebumen : Mediatara, 2005
- Ghazali, Bahri. *Pesantren Berwawasan Lingkungan*, Jakarta : Prasasti, 2003
- H.R. Lingt dan Allen Louis. *Professional Management*. Kurniadin, Didin dan Imam Machali (terj.). Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2013
- Iriantara, Yosol. *Humas Sekolah*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2013
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Jakarta : Referensi, 2013
- Karyoto. *Dasar – Dasar manajemen*, Yogyakarta : Andi Offset, 2016
- Kemkumham RI, Permenkominfo Nomor 35 Tahun 2014, Jakarta : Permenkominfo, 2014
- Kemkumham. *Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan*, Jakarta : Prenada Media Group, 2012

- Koontz, Harold and Heinz Wehrich. *Essentials of Management* (San Francisco : McGraw – Hill, 1990) on Olum, Yasin. *Modern Theories and Practices*, (Kampala : Makarere University, 2004)
- Kurnia, Indhira Hari. *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi sekolah* (Jurnal), Surakarta : UNS, 2013
- Kurniadin, Didi dan Imam Machali. *Manajemen Pendidikan*, Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2013
- Mas'ud, Abdurrahman. *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, Semarang : Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo, 2002
- Moore, Frazier. *Humas*. Lilawati Trimo (terj.). Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005
- Mulyono. *Teknik Pengembangan Humas dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam* (Jurnal), Mataram : IAIN Mataram, 2011
- Fattah, Nanang. *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015
- Nurkholis. *Santri Wajib Belajar*, Purwokerto : STAIN Press, 2015
- Pangarep, Hegar. *Public Relations yang Kredibel*, Yogyakarta : Cakrawala, 2016
- Pidarta, Made. *Manajemen Pendidikan Indonesia*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Total Quality Management*, Yogyakarta : Andi, 2003
- Raharjip, Muhamad Mu'iz. *Manajemen Sumber Daya Unggul, Cerdas, dan Berkarakter Islami*, Yogyakarta : Gava Media, 2011
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta RajaGrafindo Persada, 2016
- Sagala, Syaiful. *Administrasi Pendidikan Konemporer*, Bandung : Alfabeta, 2013
- Sanjaya, Wina. *Media Komunikasi Pembelajaran*, Yogyakarta : Prenada Media Group, 2012
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset, 2013

Soemirat, Sholeh dan Elvinaro Ardianto. *Dasar – Dasar Public Relations*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007

Sufyarma. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan* dalam Kurnidin, Didin dan Imam Machali, Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2013

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R &D*, Bandung : Alfabeta, 2013

Sulistiyirini. *Manajemen Pendidikan Islam*, Yogyakarta : Teras, 2009

Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi*, Bandung : Alfabeta, 2014

Sutabri, Tata. *Sistem Informasi Manajemen*, Yogyakarta : Andi, 2005

Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, Jakarta : Ciputat Press, 2005

Triyono, Ayon. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Oryza, 2012

Uha, Ismail Nawawi. *Budaya Organisasi, Kepemimpinan, dan Kinerja*, Jakarta : Prenada Media Group, 2013

<https://www.mediamiser.com/resource/pr-glossary/public-relations-management-roles>. Diakses 15 September 2016 pukul 14.49 WIB

<http://shirotona.blogspot.com.au/2014/12/konsep-manajemen-humas-public-relation.html>. Diakses 18 Mei 2017 Pukul 10.27 WIB

<http://kpijateng.co.cc>. Diakses 29 April 2017

IAIN PURWOKERTO