

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA FOSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON DESA
PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KAB OKI**

SKRIPSI
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Islam (S.Sos)

Oleh
Renggo
NIM: 612019015



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2023

Hal : Pengantar Skripsi

Kepada Yth
Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang
Di
Tempat

Assalammu 'alaikum Wr.Wb

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan - perbaikan sebelumnya, maka skripsi yang berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON PAMPANGAN DESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OKI”**

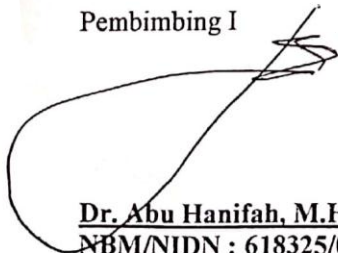
Yang ditulis oleh Renggo NIM 612019015 telah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian dan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb


Palembang 15 Maret 2023

Pembimbing I



Dr. Abu Hanifah, M.Hum.
NBM/NIDN : 618325/021086901

Pembimbing II



Yuniar Handayani, S.H., M.H.
NBM/NIDN : 5809/0230066701

PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA
FOSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON DESA PAMPANGAN

KECAMATAN PAMPANGAN KAB OKI

Yang ditulis oleh: Renggo, 612019015
Telah dimunaqasahkan dan Dipertahankan
Didepan panitia Penguji skripsi
Pada tanggal 16 Maret 2023
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

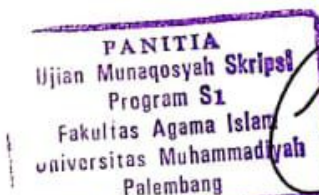
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Sos)
Palembang, 16 Maret 2023
Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 895938/0206057201

Sekretaris



Helyadi.SH.,M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dra. Yuslaini, M.Pd.I
NBM/NIDN: 930724/0227086001

Penguji II

Dr. Muhammad Zainudin Nawi, Lc., MA
NBM/NIDN: 1286240/0201048902

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmasyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.
NMB/NIDN: 731454/0215126904

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renggo
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 6 Oktober 1999
Nim : 612019015
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON DESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KAB OKI”** adalah benar karya penulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka sepenuhnya bersedia menerima sanksi yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikianlah surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Palembang, 16 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Renggo
612019015

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN Motto : “Public Relations Merupakan Salah Satu Faktor Pendukung Kesuksesan Seorang Da’i Dalam Berdakwah “ Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk Ibu (Neti Herlina) Ayah terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk adik/kakak saya (adik saya Firgo dan kakak saya Reno), terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini kepada teman-teman (Bapak Muhammad Salmi A.Ma S.Sos.I, Muhammad Pajar, S.TP serta Teman- Teman Kelas dan Teman-Teman KKN) yang telah menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik. Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk Dosen Pembimbing tersabar (Bapak Dr Abu Hanifah, M.Hum dan Ibu Yuniar Handayani, SH.MH) yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Renggo. NIM 612019015, Skripsi, dengan judul “STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA FOSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON PAMPANGAN DESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KAB. OKI”.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui strategi mudir pondok pesantren al- furqon pampangan dalam Menyediakan fondasi bagi siapapun yang ingin menjadi komunikator, ,Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat strategi pondok pesantren al-furqon pampangan, Untuk mengungkap manfaat strategi public relations dalam mempertahankan citra fositif pondok pesantren alfurqon pampangan.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah 1. Bagaimana strategi yang dilakukan mudir pondok pesantren al-furqon dalam mempertahankan citra fositif Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan komering illir 2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi public relations pondok pesantren alfurqon pampangan tersebut. 3 Apa manfaat strategi public relations dalam mempertahankan citra fositif pondok pesantren al-furqon pampangan tersebut.

Bedasarkan dari penelitian yang dilakukan di dapat hasil yaitu Setiap manusia memiliki kemampuan dalam berkomunikasi baik secara verbal dan non verbal, baik itu dilakukan oleh dua orang ataupun lebih sehingga akan menghasilkan efek dalam berkomunikasi. Strategi yang di lakukan oleh mudir pondok pesantren al-furqon ini cukup efektif diantaranya mengadakan pengajian mingguan di masjid nurul iman desa pampangan strategi ini cukup efektif karna dengan itu mudir pondok pesantren al-furqon ini bisa memiliki hubungan yang akrab dan harmonis dengan masyarakat. Public relations ini perlu seksali kita kuasai dalam berkomunikasi karna menyangkut hubungan Komunikasi merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadi cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci : Public Relations, Citra Fositif, Ponpes Al-Furqon

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil 'Alamin Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa ta'ala, Rabb semesta alam. yang senantiasa telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahnya yang mengatur segala sesuatu dan menghendaki segala sesuatu, tiada segala sesuatu yang bisa terjadi tanpa atas izinnya. Dan tidak ada daun didunia ini yang berguguran dan tidak ada satu pun telapak kaki semut yang kecil dan berwarna hitam yang berada digelapnya malam tanpa sepengetahuan NYA.

Segala sesuatu akan dimintai pertanggung jawaban atas apa yang telah diperbuat selama hidup didunia. Maka beruntunglah orang yang berilmu kemudian dengan ilmu nya itu bisa mengamalkannya sehingga mendatangkan ketakwaan kepada Allah dan selalu menghadirkan rasa takut kepada Allah Subhanahu Wa ta'ala, hidup mulia dengan selalu mencari ridhoNYA, dengan beragama sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh Nabi NYA tidak menambah dan tidak mengurangi, Islam adalah agama yang sempurna jangan sampai adat tradisi merusak kemurnian ajaran islam.

Shalawat teriring Salam semoga tetap dilimpahkan kepada suri tauladan kita, Rosul kita Nabi Muhammad Shallallahu'Alaihi Wassalam. Juga kepada keluarganya dan segenap sahabatnya serta umatnya yang istiqomah mengikuti tuntunannya hingga akhir zaman nanti. Dengan rahmat dan Karunia Allah SWT, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA

FOSITIF PONDOK PESANTREN AL-FURQON DESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OKI” dan dengan skripsi ini semoga penulis dapat melanjutkan dan menyelesaikan dengan baik.

penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Apabila dapat banyak kesalahan nantinya baik dalam kosa kata, tanda baca ataupun pilihan kalimatnya mohon bimbingannya. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat kita semua dan dapat dikembangkan lebih lanjut. Amin. Mudah-mudahan Allah SWT beri kemudahan dan kelapangan dalam pengerjaan skripsi ini dan bermanfaat nantinya bagi kita semua.

Dalam kesempatan yang berbahagia perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abid Dzajuli, SE., MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memimpin dan memberikan banyak perubahan yang positif terhadap kampus dan mahasiswa.
2. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah banyak memfasilitasi sarana dan prasarana didalam melakukan perkuliahan
3. Bapak Ahmad Tasmi, S,Sos.I., M.Pd.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang banyak memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Paembang.

4. Bapak Idmar wijaya S.Ag., M.Hum selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah bnyak membimbing dan membantu penulis dari awal kuliah sampai penulis dapat menyelesaikan Studi di Fakultas Agama Islam.
5. Bapak Dr Abu hanifah, M.HUM selaku Dosen Pembimbing I yang selalu tulus dan ikhlas untuk membimbing, memotivasi, serta senantiasa memberikan arahan dan masukan-masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Yuniar Handayani SH.MH selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah mengajar, mendidik, memotivasi, membina dan memberikan arahan-arahan, serta kemudahan selama memberikan ilmunya selama penulis melakukan perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya terutama ibu yang sudah berjuang untuk anaknya ini, teman-teman kelas teman-teman kkn dan saudara-saudaraku keluarga tercinta yang terus mendukung mensupport selama menempuh jenjang pendidikan perkuliahan baik secara moril maupun materil. Akhirnya atas segala bantuan dan partisipasi semua pihak, penulis ucapkan terima kasih dan semoga amal ibadahnya mendapat pahala disisi Allah SWT.

Palembang, 16 Maret 2023

Penulis



RENGGO

NIM : 612019015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, HIPOTESIS	
PENELITIAN, DAN PENELITIAN YANG RELEVAN	
A. Public Relations	11
B. Strategi Publik Relations	15
C. Peran dan Fungsi Publik Relations	20
D. Tugas-tugas Publik Relations	24
E. Pemasaran	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	30
B. Situasi Social dan Subjek Penelitian	30
a. Situasi Social	30
b. Subjek Penelitian.....	31
C. Jenis Data dan Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Teknik Analisa Data	34
F. Uji Kepercayaan Data	35
G. Rencana (Pelaksanaan) dan Waktu Penelitian	38

BAB IV DESKRIPSI LOKASI, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	40
B. Visi dan Misi Pondok Al-Furqon Pampangan	40
C. Tujuan Pondok Pesantren Al-Furqon	41
1. Karakteristik Lingkungan Pondok Pesantren Al-Furqon	41
2. Karakteristik Budaya Religius Pondok Al-Furqon	43
D. Temuan Penelitian dan Pembahasan Penelitian	44
1. Strategi Mudir Pondok Pesantren Al-Furqon Pampangan Dalam Mempertahankan Citra Fositif Pondok Pesantren Al-Furqon Pampangan	44

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Publik Relations Pondok Pesantren Al-Furqon Pampangan	48
3. Manfaat Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Fositif Pondok Pesantren Pampangan	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

¹Public Relation (PR) pada dasarnya bertumpu pada komunikasi dan relasi. Melalui Public Relations, organisasi berkomunikasi dan menjalin relasi dengan publikpubliknya. Dalam menjalin komunikasi dan relasi publik-publiknya, organisasi memerlukan Media Massa, Karena itu Media Relations menjadi bidang penting dalam dunia Public Relations.¹ Di dalam dunia komunikasi ada dua sisi yang hendak dijangkau melalui Media Relations. Pertama, menjalin hubungan baik dan berkomunikasi dengan media massa. Kedua, menjadikan media massa sebagai mitra agar organisasi bisa berkomunikasi dengan publikpubliknya, Itu sebabnya, Media Relations menjadi sangat strategis bagi organisasi.²

Lebih jauh lagi, dalam berkomunikasi dan menjalin relasi itu, organisasi pun menggunakan media massa untuk menjaga reputasinya.³ Public Relations membutuhkan media, dan media membutuhkan Public Relations, inilah realita dalam pekerjaan seorang Public Relations.⁴ Seorang public relations dapat menyampaikan pesan – pesan nya kepada Stake Holder yang jumlahnya sangat banyak serta tersebar di berbagai tempat, hanya dengan menggunakan media massa. Sedangkan bagi media

¹ Butterick, Keith. Introduction Public Relations. Theory and Practice. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

² Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana 2012)

³ Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Publik Relations Talent of PR*(Jakarta : Salemba Humanika, 2017)

⁴ Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations Pengantar Kompherensif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011

massa sendiri, praktisi Public Relations merupakan sumber informasi untuk berita yang akan mereka buat.⁵

Dalam dunia kerja hubungan media adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (balance), yang mana pada akhirnya nanti mampu menciptakan keuntungan bagi kedua belah pihak baik itu dari perusahaan ataupun media nya.⁶ Bagi Public Relations, pemberitaan buruk tentang perusahaannya di media berarti masalah besar, karena ia harus berhadapan dengan pimpinan yang tidak puas dengan hasil kerjanya. Selain itu, dapat mengakibatkan memburuknya hubungan dengan wartawan dan redaksi media yang bersangkutan. Oleh karena itu membangun hubungan baik dengan media sangat membantu insan humas atau Public Relations dalam melaksanakan tugasnya.⁷

Untuk kelancaran berinteraksi dengan media inilah Public Relations harus membangun hubungan baik dan memberikan pengertian tentang cara kerja Pers kepada pimpinan dan bagian – bagian lain dalam perusahaan. Membangun hubungan yang baik dengan media massa menjadi satu urgensi bagi seorang Public Relations.⁸ Dikatakan sebagai satu urgensi, karena keberhasilan seorang Public Relations juga sangat ditentukan oleh media massa. Disisi yang lain, seorang Public Relations juga

⁵ Butterick, Keith. *Introduction Public Relations. Theory and Practice. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

⁶ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana 2012)

⁷ Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations Pengantar Kompherensif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011

⁸ Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Publik Relations Talent of PR* (Jakarta : Salemba Humanika, 2017)

mempunyai peranan yang sangat besar bagi institusi media massa dan pekerja media massa. Artinya, profesi Public Relations serta institusi media merupakan dua profesi yang saling membutuhkan. Sayangnya, antara Public Relations dan media sering kali mengalami satu permasalahan yang tidak jarang menimbulkan konflik. Perbedaan kepentingan menjadi salah satu alasannya.⁹ Oleh karena itu, memahami tentang Media Relations serta mengerti dari sisi aplikasi merupakan hal yang penting. Lebih jauh lagi hubungan antar media ini dapat membawa perusahaan menjalankan strategi pemasaran mereka, baik dalam meningkatkan promosi ataupun pencitraan. Karena Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang berkelanjutan bagi Stakeholder seperti halnya pelanggan, karyawan, pemegang saham.

Sebagai strategi bisnis, marketing merupakan suatu tindakan penyesuaian suatu perusahaan yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis baik dalam lingkungan mikro ataupun lingkungan makro yang terus berubah. Dalam hal ini selain pemasaran, promosi juga dapat meningkatkan pencitraan perusahaan, hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapa pun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya, pentingnya promosi dapat di gambarkan lewat perumpaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat di ibaratkan seorang pria berkacamata hitam yang dari tempat gelap pada malam yang kelam dan

⁹ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana 2012)

mengedipkan matanya pada seseorang gadis cantik di kejauhan, tak seorang yang mengetahui apa yang di lakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri. Karena dikonsumsi oleh massa yang heterogen, pers mampu membentuk opini khalayak dan menimbulkan citra – citra pihak yang diberitakan.

Opini dan citra khalayak bisa muncul sangat positif, bisa juga sangat negatif, padahal bisa saja dalam kenyataannya malah dari opini dan citra yang muncul. Oleh sebab itu, penting sekali bagi (calon) praktisi Public Relations untuk memahami seluk beluk dunia media massa. Untuk bisa memahami media massa, mereka perlu memahami media scape Indonesia mutakhir.¹⁰ Karena dunia media massa Indonesia mengalami perubahan mendasar sejak reformasi bergulir di Indonesia. Ditambah lagi dengan munculnya media baru, khususnya yang memanfaatkan internet, yang memungkinkan juga munculnya praktek e-public relations atau cyber-public relations.¹¹

Tujuan pokok hubungan media, sebenarnya adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman, bukan hanya menyebarkan informasi atau pesan demi citra yang indah saja di hadapan khalayak. Karena menurut Frank Jefkins tak seorang pun yang berhak mendikte apa yang harus di terbitkan oleh media massa.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media massa yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah di masyarakat. Informasi dalam bentuk apapun

¹⁰ Butterick, Keith. *Introduction Public Relations. Theory and Practice. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

¹¹ Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Publik Relations Talent of PR* (Jakarta : Salemba Humanika, 2017)

dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat sehingga mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu bangsa. Syarat utama terjadinya sebuah komunikasi adalah adanya interaksi antara para komunikator, selain menggunakan bahasa, gerak, isyarat dan tanda.

Komunikasi juga dapat dilakukan dengan media lainnya. Dalam era globalisasi sekarang ini media komunikasi memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan dunia komunikasi.¹² Di abad kontemporer ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melintasi hambatan ruang dan waktu. Sudah sejak lama disadari bahwa pers (media) memiliki peranan yang besar dalam kehidupan sebuah lembaga, terlebih bagi lembaga yang haus akan pengakuan masyarakat bahkan bagi sebuah lembaga bisnis dengan konsumen sebagai kekuatan utamanya¹³, media massa merupakan wahana yang sangat penting. Frank Jefkins, pakar komunikasi terkenal asal Inggris dan Amerika Serikat menyebut press (Media) relations sebagai upaya untuk membangun citra positif suatu organisasi, membangun suatu citra yang baik membutuhkan waktu lama dan biaya yang tidak sedikit.

Menjalin hubungan baik dengan berbagai media massa yang akan mempublikasikan sesuatu tentang anda (perusahaan / Organisasi) maka anda telah memulai langkah awal membangun citra yang baik. Pondok pesantren alfurqon

¹² Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Public Relations Talent of PR* (Jakarta : Salemba Humanika, 2017)

¹³ Butterick, Keith. Introduction Public Relations. Theory and Practice. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

adalah suatu lembaga pendidikan swasta yang berada di desa pampangan kecamatan pampangan kabupaten oki.¹⁴

Pada awalnya pondok pesantren alfurqon pampangan didirikan oleh Bapak KH Muhammad Khoiri BA, pada tahun 1987, namun pada saat itu pondok pesantren alfurqon belum memiliki lokal/ruangan untuk belajar dan santrisantrinya pun masih sangat sedikit dan terbatas karena santri- santrinya cuma dari kalangan masyarakat pampangan saja.¹⁵

Dengan seiring berjalanya waktu semakin banyak nya santri-santri baru yang berdatangan ke pondok pesantren alfurqon pampangan bahkan sampai ruang belajar tidak mencukupi untuk menampung santri-santri belajar sehingga ada santri yang harus belajar di musholla al barokah di desa pampangan, kejadian ini membuat mudir pondok pesantren alfurqon harus bertindak cepat tentunya dengan pendekatan dan ilmu public relations nya, karna mudir pondok pesantren alfurqon adalah orang yang berilmu dan memahami public relations sehingga sedikit demi sedikit memahami masyarakat agar senantiasa berinfraq di jalan allah apalagi ada kesempatan amal jariyah maka jangan di sia siakan, juga ketika ada kegiatan-kegiatan sosial seperti gotong royong membersihkan masjid maka mudir pondok pesantren alfurqon selalu ikut dalam kegiatan tersebut sehingga.¹⁶

¹⁴ Rachmat Kriyantono, Public Relations Writing (Jakarta: Kencana 2012)

¹⁵ Butterick, Keith. Introduction Public Relations. Theory and Practice. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

¹⁶ Butterick, Keith. Introduction Public Relations. Theory and Practice. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014

Tidak ada kesenjangan di antara hubungan dengan masyarakat walaupun beliau adalah seorang namun ketika di lapangan beliau tidak malu untuk gotong royong pendekatan ini juga membuat masyarakat desa pampangan pun mulai nyaman dan senang, mudir pondok pesantren alfurqon juga di minta untuk mengisi pengajian rutin setiap hari jumat di masjid jami”desa pampangan sering mengadakan pengajian rutin bersama mudir pondok pesantren alfurqon.¹⁷

strategi ini juga masyarakat tidak sungkan-sungkan untuk memondokkan anaknya terlebih lagi biaya pondoknya yang sangat murah bahkan gratis bagi orang-orang yang tidak mampu, dan hal yang paling penting membuat orang ramai yang ingin memasukkan anaknya dalam pondok pesantren alfurqon adalah dengan mencetak generasi yang sholih yang berakhlak mulia sebagaimana hadits rosulullah bahwasannya tidaklah beliau di utus kecuali untuk menyempurnakan akhlak, sehingga pondok pesantren alfurqon pampangan menjadi di kenal oleh masyarakat komering ilir, yang dahulunya hanya ada santri dari satu desa saja, sekarang mungkin lebih dari 20 desa yang santri-santrinya berasal dari desa-desa tersebut.

Pondok pesantren alfurqon pampangan juga saat ini telah memiliki 14 kelas belajar, 900 siswa, dan 45 guru dan 1 masjid yang cukup besar untuk menampung santri-santrinya. Mudir pondok pesantren alfurqon benar-benar ingin menunjukkan bahwa santrisantrinya adalah bukan sembarangan sehingga tangguh dalam segala hal seperti di ajarkan bela diri, hidup disiplin, jujur, dan cekatan. Ini sangat bagus untuk di contoh tentu dengan menjadikan santri-santrinya seorang yang tangguh faham

¹⁷ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana 2012)

quran dan hadits, sehingga bisa bermanfaat bagi masyarakat nusa dan bangsa dan semua ini dilakukan dengan strategi komunikasi dengan masyarakat yang dilakukan oleh mudir pondok pesantren alfurqon pampangan, adapun strategi dalam mempertahankan citra positif pondok pesantren alfurqon dengan membangun komunikasi yang baik diantara guru dan murid dan senantiasa menanamkan nilai-nilai positif yang ada di masyarakat dan senantiasa menjaga nama baik sekolah dimanapun berada.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan maka masalah ini dibatasi pada strategi public relations pondok pesantren alfurqon pampangan kecamatan pampangan kabupaten oki, agar masalah ini bisa difahami dengan mudah dan fokus maka itulah dibuatlah batasan masalah ini, yaitu pada sekitar hubungan masyarakat pondok pesantren alfurqon saja.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1. Bagaimana strategi yang dilakukan mudir pondok pesantren al-furqon dalam mempertahankan citra positif Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan komering ilir? 2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi public relations pondok pesantren alfurqon pampangan tersebut 3. Apa manfaat strategi public relations dalam mempertahankan citra positif pondok pesantren al-furqon pampangan tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di sebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengungkapkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi mudir pondok pesantren al- furqon pampangan dalam Menyediakan fondasi bagi siapapun yang ingin menjadi komunikator.
2. Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat strategi pondok pesantren al-furqon pampangan.
3. Untuk mengungkap manfaat strategi public relations dalam mempertahankan citra fositif pondok pesantren alfurqon pampangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana, 2012)
- Kustadi Suhandang, *Public Relations Perusahaan Kajian Program Implementasi*
(Bandung : Nuansa Cendekia, 2004),
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)
- Butterick, Keith. *Introduction Public Relations. Theory and Practic*, terjemahan oleh Nurul Hasfi. Keith Butterick, *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014),
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto , *Dasar-dasar Publik Relations* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2002)
- Bambang Suratman dan Siti Sri Wulandari, *Public Relations Talent of PR* (Jakarta: Salemba Humanika, 2017)
- Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations pengantar komprehensif* (Bandung:Simbiosis Rekatama Media, 2011)
- Arzia Putri Yogyakarta “ *Peningkatan Kemampuan Public relations Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) ‘X’ Di Yogyakarta Melalui Pelatihan Asertivitas.*” Skripsi (Yogyakarta : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta : 2015. Hal. 12 Diah Utami Ningsih, ” *Hubungan Antara Percaya Diri Dengan Kemampuan Komunikasi Public relations Pada Siswa Sma.*” Skripsi (Lampung : Jurusan Bimbingan dan

Konseling Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan : 2012. Hal 11.

Hamzah B. Uno, Nina Lammatenggo, *Tugas Guru dalam pembelajaran*, PT Bumi Aksara : Jakarta, 2016, h I Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian*, (Palembang:Noerfikri Offset 2015), hal 41 HR.

Ahmad dalam al-Musnad, 2329, dari Ibn Abbas; Abu Bakar al-Kharaithi dalam Makarim 62 al-Akhlaq wa Ma'aliha wa Mahmud Tharaiqiha, dari Abu Hurairah, no. 351, shahih Imroatul Ajizah, "*Internalisasi Nilai nilai Pendidikan Agama Islam Pada Kegiatan Kepramukaan Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik di Mts*

Darul Ulum Waru Sidoarjo "Skripsi (2018) : hal .1 Ika Wahyu Pratiwi, "*Strategi Public relations Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh Di Sekolah Dasar, Klaten, Jawa Tengah.*" Skripsi (Jawa Tengah : Fakultas Psikologi Universitas Borobudur 2020. Hal. 16

Leilan Mona & Muhammad Budiyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), h 27

Muhtadin, "*Peran Kegiatan Outbound Sebagai Wahana Pengembangan Sosial Intellegence Bagi Team Outbound LP2KIS Yogyakarta*" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015).

Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. III ; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 60.

Pratiwi Wahyu Widiarti, "*Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa Smp Se Kota Yogyakarta.*"Skripsi (

Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FIS UNY : 2017. Hal. 13.

Priono Pratiko, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, (Bandung Remaja Karya,1987)

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa

Indonesia, (Jakarta Balai Pustaka, 2011), h 1134 Sadam Fajar Shodiq, Revival

Tujuan