

Strategi Public Relations Melalui Whatsapp Guna Mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari

Muhammad Ihyak

lhyakcak123@gmail.com

Universitas Islam Jember, Indonesia

Article Info:

Received: 14/09/2023

Revised: 21/10/2023

Accepted: 08/10/2023

Keywords:

Strategy; Public Relations; Whatsapp; Islamic Boarding School

ABSTRACT

Balancing technological developments and seeing the increasingly diverse competitiveness of Islamic boarding schools because the number of Islamic boarding schools continues to increase every year, for this reason, the Asy-Syafi'iyah Islamic Boarding School also has a strategy in promoting its Islamic boarding schools. The research focus in this thesis is: (1). What is the public relations strategy via WhatsApp to promote the Sukorejo Bangsalsari Asy-Syafi'iyah Islamic Boarding School? (2). Analysis of the advantages and disadvantages of the Public Relations Strategy via Whatsapp to promote the Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari Islamic Boarding School?. The approach used in this research is a qualitative approach with a descriptive research type and data was collected using observation methods carried out in the field, interviews also carried out in the field, and documentation made in the field. Utilization of Islamic boarding school Public Relations which can help, build and maintain communication between the Islamic boarding school and its public. The results of this research show the Islamic boarding school's public relations strategy in involving public relations and Islamic boarding school alumni to promote Islamic boarding schools using WhatsApp social media. In promoting Islamic boarding schools, public relations and Islamic boarding school alumni form Jami'ah or Islamic boarding school management groups. Utilizing Whatsapp social media is very effective in promoting Islamic boarding schools. And it can also build good communication between alumni and Islamic boarding school administrators. Alumni maintain good relations with the Islamic boarding school, and also participate in boarding school activities. Then, alumni promote the boarding school by joining the WhatsApp group of the boarding school and the Asy-syai'iyah administrators on each alumni's social media, and holding special alumni events at the boarding school and outside the boarding school. By using WhatsApp social media for alumni and Islamic boarding school administrators, it is easier to promote Islamic boarding schools to the public.



PENDAHULUAN

Public Relations (PR) merupakan bagian strategi bagi organisasi karena tugas utamanya adalah membangun citra (image) positif. Namun dalam praktiknya, peran PR sering diabaikan. Bahkan tidak sedikit Lembaga yang menempatkan PR di bawah marketing atau memosisikannya sebagai tukang kliping. Tetapi di era Web 2.0 yang merupakan eranya media sosial berbasis online, peran PR menjadi sangat penting. Sebab di media sosial, khalayak dapat melakukan percakapan secara horisontal satu sama lain di dunia maya. Konsep PR tersebut dalam kaitannya dengan media adalah membangun social media relations. Sebab di era media sosial khalayak bebas menuliskan pesan apa saja yang mereka sukai. Publik dengan mudah menulisnya di Facebook, Twitter, Whatsapp dan menyebarkannya di forum atau milis. Mereka tidak perlu bersusah payah mengirim surat pembaca ke media cetak yang belum tentu dimuat. Menurut President International Public Relations Association (IPRA) Elizabeth Goenawan Ananto, saat ini semua serba terbuka.

Media sosial seakan menjadi kebutuhan bagi setiap orang di era digital saat ini. Hal ini terlihat dari banyaknya akun di platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan Whatsapp. Dengan begitu banyak pengguna, media sosial tidak mengherankan sebagai alat untuk bisnis, pendidikan, interaksi sosial, dan tujuan lainnya. Secara umum, media sosial dirancang untuk membantu orang memenuhi kebutuhan mereka akan koneksi, bersosialisasi dan berkomunikasi dengan orang lain.

Sangat tidak mengherankan jika akses informasi generasi milenial sangat bergantung pada media sosial. Pesantren memiliki kebutuhan mendesak untuk mengadopsi inovasi teknologi terbaru, seperti aksesibilitas internet yang semakin luas. Perlu diketahui bahwa sesuatu yang berkaitan dengan kecanggihan dunia khususnya elektronik akan memberikan dampak positif dan negatif, maka pesantren di dunia modern harus mengimbangi literasi media dengan beberapa strategi yang dapat disepakati bersama. Maka dari itulah fokus media tidak boleh terpecah apalagi sampai salah dalam memilih bahan yang akan diposting atau di promosikan. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan ditujukan untuk khalayak luas. Sejak awal dibangun, sosial media diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring virtual. Media Sosial dalam hal ini meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan dunia visual. Kekuatan pada media sosial inilah yang sesuai sebagai media alternatif penyebaran informasi selain media konvensional seperti brosur, leaflet, dan komunikasi tatap muka. Dalam hal ini pesantren haruslah mulai terbuka dengan kecanggihan elektronik yang sudah mengalami kemajuan yang pesat.

Jadi dapat penulis asumsikan fungsi paling dasar Public Relation membantu pondok pesantren untuk merealisasikan segala program-program yang tersusun, serta membantu dalam menginformasikan, menjabarkan dan mencapai tujuan serta memberi publik informasi yang cukup atas keberadaan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari.

Pesantren hadir dalam masyarakat modern tidak hanya sebagai organisasi pendidikan, tetapi juga organisasi penyiaran agama dan sosial keagamaan. Seiring dengan kemajuan dunia pendidikan, sekolah persiapan Islam harus menghasilkan lulusan yang tidak hanya berpengetahuan tentang agama, tetapi juga mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mengikuti kemajuan teknologi yang mengatur berbagai kegiatan dan kebutuhan pengetahuan masyarakat. menggabungkan data internasional Pendidikan harus lebih beragam. Terkait dengan promosi pesantren, peran alumni dalam meningkatkan kualitas pesantren di luar pesantren sendiri juga penting. Sebagai bagian dari keterlibatan mereka dalam memajukan pondok pesantren, maka alumni harus mampu berkomunikasi secara efektif

Dalam melakukan Strategi Public Relations untuk mempromosikan pondok pesantren saat ini menggunakan media sosial Whatsapp, supaya memudahkan para alumni dan juga masyarakat sekitar untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan atau program-program dan perkembangan santri yang ada di Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah. Sosialisasi perkembangan pondok kepada publik tentunya penting bagi sebuah lembaga pendidikan gunanya untuk promosi dan memberitahukan bahwasannya Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah merupakan tempat pendidikan islam yang aman bagi peserta didik. Dalam penyebaran informasinya sendiri pastinya diperlukan strategi agar komunikasi yang dibangun antara wali santri ataupun masyarakat luas dapat diterima dengan baik dan tidak memperburuk citra Pesantren.

Berdasarkan rangkaian ulasan di atas maka perlu adanya suatu penelitian secara mendalam terkait mempromosikan Pondok Pesantren oleh Public Relation serta media yang digunakan dalam proses sosialisasi informasi yang ada di Pondok Pesantren. Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul Strategi Public Relations Melalui Whatsapp Guna Mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari.

METODE PENELITIAN

Penelitian dirancang dan disesuaikan dengan pendekatan dan jenis penelitian ilmiah. Pendekatan penelitian dapat dipahami sebagai awal atau perspektif dari proses penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang obyektif, valid, dan reliabel dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan



dikembangkan menjadi suatu pengetahuan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. (Sugiyono) Dalam pendekatan penelitian kualitatif yang berpijak pada metode pemikiran post-positivisme, peneliti berperan sebagai instrumen utama karena triangulasi digunakan sebagai alat pengumpulan data untuk mempelajari kondisi objek yang alamiah bukan penggunaan percobaan (gabungan).

Penelitian ini merupakan penelitian yang ditujukan untuk mengetahui strategi public relation pondok pesantren dalam mempromosikan pondok pesantren melalui media whatsapp, karena public relation atau merupakan salah satu devisi yang mampu menjembatani hubungannya dengan publik atau masyarakat, sehingga dapat membangun reputasi positif, serta dapat mempopulerkan keberadaan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

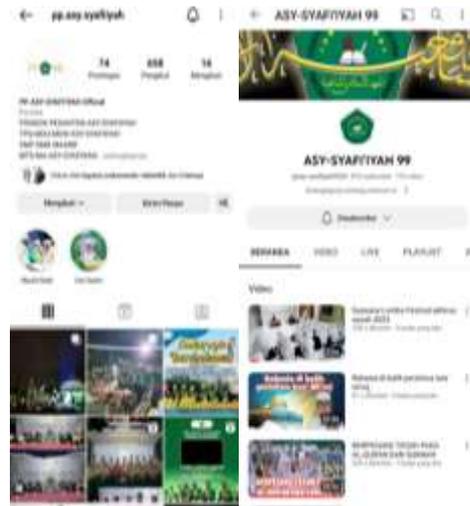
Peneliti sudah mewawancarai dengan memberikn beberapa pertanyaan kepada informan dengan latar belakang tentang strategi humas dalam mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari, dibawah ini beberapa pertanyaan dan dijawab oleh informan. Dalam wawancara ini peneliti mengambil beberapa infoman mulai dari Wakil Pengasuh Pondok Pesantren, Ketua Pengurus Pondok Pesantren, Devisi Humas dan beberapa Alumni Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari. Berdasarkan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti mulai dari observasi, wawancara serta dokumentasi, semua hasil data yang terkumpul ini diuraikan berdasarkan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Strategi public relation melalui whatsapp guna mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari?

Pada penelitian ini peneliti melakukan teknik wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data dari devisi humas di. Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari pada tanggal 15 April 2023, pukul 12.35 WIB. Sebelum peneliti melngkah ke strategi public relation disini peneliti menanyakan terkait media yang digunakan sebagai mempromosikan pondok pesantren, beserta alasan menggunakannya. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Ust. Muhammad Mahmud. Beliau mengungkapkan:

“Untuk mempromosikan pondok pesantren kami menggunakan media sosial seperti Facebook, channel youtube, Ig Pesantren, whatsapp dan lain-lain. Tetapi yang lebih diutamakan dalam kegiatan sehari-hari yaitu whatsapp. Alasan menggunakan media whatshapp Karena whatsapp platform yang simple dan mudah diaplikasikan, serta efektif dalam menyebarkan berita Dengan share link, youtube, ig, dan facebook di

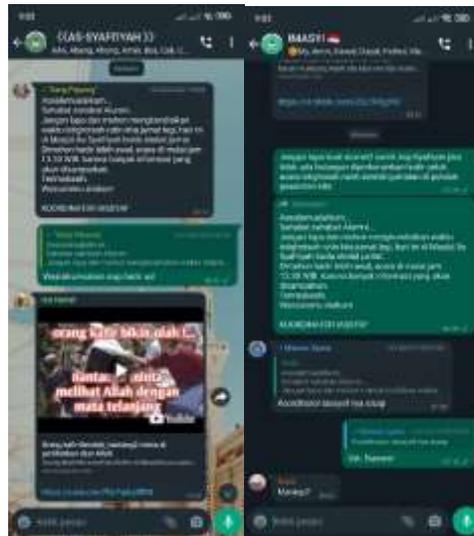
wa pribadi maupun group alumni, simpatisan dan wali santri dapat memudahkan untuk mempromosikan pesantren ini.”



Berdasarkan hasil wawancara serta gambar diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya dengan mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah menggunakan beberapa media, seperti facebook, instagram, youtube dan whatsapp. Tetapi yang lebih diutamakan dalam strategi public relation yaitu menggunakan media sosial whatsapp. Karena dengan menggunakan whatsapp lebih efektif untuk menyampaikan informasi melalui grup whatsapp, lebih mudah di aplikasikan untuk mempromosikan pesantren dengan menyebarkan link, brosur, pamflet dan lain-lain. Selain untuk mempromosikan pondok pesantren, dengan menggunakan media sosial whatsapp seluruh alumni dan juga jajaran ustad dan ustazdah bisa tukar pendapat atau sharing tentang pembelajaran fiqih, nahwu, sharrof, dan lain lain.

Sejalan dengan penjelasan selanjutnya peneliti menanyakan terkait Strategi public relation melalui whatsapp guna mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari. Lora Fathur Riski Selaku Wakil Pengasuh Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah. Beliau mengungkpan.

“Adapun Strategi yang dilakukan Public Relation untuk mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafiiyah yaitu meningkatkan hubungan baik kepada alumni, kepada wali santri, meningkatkan mutu pendidikan. Meningkatkan Sarana Prasarana Pondok Pesantren Dengan menggunakan mediana Pondok Pesantren mengamanahkan pengelolaan info-info penting yang harus di sampaikan ke publik, selanjutnya Public relation atau Humas mengelola konten, info atau berita yang akan di publish, setelah rampung konten informasi dishare ke masyarakat melalui instagram, Facebook, youtube, dan akan di share tautannya ke group-grub whatsapp.”



Dipertegas juga dengan hasil wawancara peneliti dengan Ustad Mahmud. Beliau mengatakan:

“Public Relation berpengaruh sangat penting bagi pondok pesantren Asy-Syafi’iyah karena public relation bisa mendokumentasikan atau menginformasikan kegiatan dan lembaga apa saja yang ada di Pondok Pesantren Asy-Syafiiyah Sukorejo Bangsalsari. Public relation disamping menyampaikan informasi-informasi dari dalam juga bisa menyerap aspirasi masyarakat tentang hal-hal yang harus dikembangkan di dalam Pondok Pesantren Asy-Syafiiyah.”



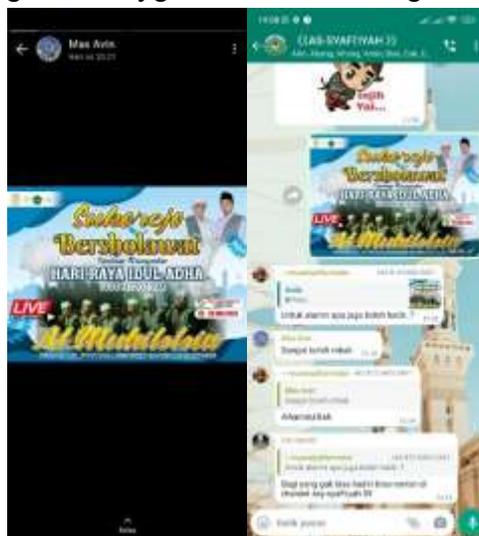
Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat penulis asumsikan, bahwasanya Strategi adalah salah satu bagian terpenting dalam suatu rencana. Perencanaan yang cermat dan matang merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam sebuah lembaga, organisasi maupun program kegiatan. Kegiatan yang dilakukan tidak akan tercapai dengan baik tanpa adanya strategi dan perencanaan yang matang. Sebagai sebuah komunitas yang hidup di tengah-tengah Masyarakat, Pondok Pesantren Asy-Syafi’iyah banyak memiliki Potensi salah satunya Alumni, secara

kuantitatif alumni yang dikeluarkan oleh Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah sudah cukup banyak sehingga dengan adanya alumni kini terbentuk sebuah PR. Pihak Public Relation juga selalu mengedepankan Ciri Khas dari Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah yaitu dari segi kitab yang di pelajari, tahidzul qur'an, program bahasa arab, dan juga hadrah beserta kegiatan lainnya, yang selalu menjadi andalan anak-anak asrama.

Nama Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah harum juga berkat banyaknya santri yang mengikuti lomba hadrah, kitab dan selalu mendapatkan juara 1 sehingga banyak sekali masyarakat yang berpendapat bahwa jika menyekolahkan anak-anak mereka di Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah maka akan menjadi seperti alumni yang sudah mencapai banyak kesuksesan.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara bersama Ustad. Sauqi Selaku Alumni Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah. Tentang fungsi public relation sebagai agen promosi pesantren. Beliau mengungkapkan.

“ Yaitu membina hubungan antar pesantren dengan ikatan keluarga IASYAF (Ikatan Alumni Asy-Syafi'iyah), Mendokumentasikan kegiatan-kegiatan pesantren yang dilaksanakan baik di dalam maupun di luar pesantren. Selanjutnya membagikan atau meng share kegiatan berupa pamflet ke grup whatsapp, supaya para alumni bisa mempromosikan nya melalui story WA dengan mudah. Mengatur dan menyelenggarakan hubungan pesantren dengan orang tua/wali murid. Dengan adanya public relation di pesantren sangat membantu kami untuk mempromosikan pesantren, karena public relation disamping menyampaikan info dari dalam juga bisa menyerap aspirasi masyarakat tentang hal-hal yg harus dikembangkan di dalam pesantren.”



Dari penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya fungsi serta peran humas sangat dibutuhkan oleh pesantren terutama dalam mempromosikan pesantren



serta peningkatan mutu pendidikan, dengan melalui media sosial whatsapp lebih mudah para alumni untuk menyebarkan kegiatan yang ada di pesantren. Yang mana pihak humas berusaha untuk menonjolkan kegiatan-kegiatan yang ada di pesantren, serta prestasi yang dibangun oleh para santri maupun alumni, sehingga persepsi masyarakat mengenai pesantren akan selalu positif, sehingga dapat meningkatkan dan mempertahankan jumlah santri dan santriwatinya.

2. Kelebihan dan kekurangan Strategi Public Relation melalui Whatsapp untuk mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari.

Selanjutnya Menurut Lora Fathur Riski Selaku Wakil Pengasuh Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah. Tentang factor pendukung aktifitas public relation sebagai agen promosi pesantren. Beliau mengungkapkan :

Untuk faktor pendukung aktifitas public relation kita itu membutuhkan peralatan seperti handphone, komputer, kamera, dan pastinya kita juga membutuhkan jaringan internet untuk mempublikannya dan yang tak kalah pentingnya skil dari sdmnya yang perlu diperhitungkan.”



Dari penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya factor pendukung aktifitas Public Relation Pesantren dalam mempromosikan Pondok Pesantren melalui media sosial whatsapp, membutuhkan alat-alat yang sangat penting untuk mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang ada di dalam Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah. Sebagai bahan mentahan informasi yang akan di sebarakan untuk public yang berbentuk seperti pamlet banner dan lain-lainnya. Terdapat beberapa unsur yang mendukung, seperti penyediaan fasilitas berupa komputer untuk pembuatan konten dan tablet atau gatget untuk peroses penyebaran, kemudian adanya akses internet pesantren yang memungkinkan humas untuk selalu aktif di media sosial untuk

merespon para khalayak yang bertanya sehingga komunikasi yang terbangun dari dalam ke luar maupun sebaliknya bisa berjalan dengan lancar.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara bersama Ustad. Zainu Rozikin selaku Ketua Pengurus Pondok Pesantren Asy-Syafiiyah. Tentang Kelebihan dan kekurangan Whatsapp guna untuk mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafiiyah Sukorejo Bangsalsari.

“Kelebihan media whatsapp lebih mudah dari tahun sebelumnya tidak terlalu rumit tidak terlalu memakan tenaga dan waktu. Penggunaan media sosial memudahkan dalam penyebaran informasi promosi pondok pesantren. Lebih cepat dalam menyampaikan informasi terkait pondok pesantren, Lebih praktis karena dapat di akses kapan saja dan dimanajaja, Kekurangannya ya biasanya orang-orang tidak terlalu butuh seperti si (A) posting tentang pondok ini biasanya selalu di skip Juga ya bawaannya namanya promosi mas ada yang senang ada yang tidak dan juga kalau buat stori video pesantren di whatsapp itu cuman 30 detik gak bisa lebih, Susahnya informasi diterima oleh masyarakat karena belum meratanya akses informasi melalui internet. Masih adanya masyarakat atau wali satri yang kurang update terhadap teknologi internet. Diperlukan jaringan yang stabil untuk mengaksesnya”.



Dari penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya Kelebihan menggunakan Whatsapp guna untuk mempromosikan Pondok Pesantren, yaitu dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, lembaga, dan lain sebagainya. Para pengguna media sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain. Bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak yang sangat jauh, selain itu dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Jadi



pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi merupakan suatu pilihan yang tepat di era saat ini.

Media sosial hadir dengan berbagai fitur sebagai media pemasaran atau promosi suatu lembaga. Membuat proses pengenalan produk suatu lembaga lebih dekat dan lebih efisien dari proses sebelumnya yaitu dengan menggunakan pamflet, banner, brosur, beserta link kegiatan dan lainnya. Dengan media sosial kegiatan promosi dengan menyebarkan informasi-informasi terkait dengan lembaga, menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi lebih mudah dari pada melakukan kegiatan promosi dengan cara-cara lama dan hanya biasa-biasa saja.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Strategi Public Relations Melalui Whatsapp Guna Mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari berjalan dengan efektif, dengan menggunakan media sosial sebagai mempromosikan pesantren dapat memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena Whatsapp tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet. Media sosial Whatsapp sangat memudahkan dalam penyebaran informasi promosi Pondok Pesantren. Dan juga Lebih cepat dalam menyampaikan informasi terkait Pondok Pesantren, Lebih praktis karena dapat di akses kapan saja dan dimana saja, Jangkauan lebih luas karena bisa menjangkau local bahkan Internasional. Media sosial Whatsapp dapat memudahkan berinteraksi dengan orang lain.

Setiap lembaga membutuhkan promosi untuk mempublikasikan kegiatannya kepada masyarakat yang menjadi target sasarannya. Sekarang ini, kegiatan promosi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media. Banyak pilihan media promosi, di antaranya melalui media massa, media below the line, dan juga media digital berbasis internet. Setiap media memiliki keunggulan dan keterbatasan masing-masing. Media sosial khususnya Whatsapp mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui Whatsapp, informasi yang ingin kita sebarakan berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah. menyebarkan informasi-informasi terkait lembaga.

Hubungan Pondok Pesantren dengan keberadaan masyarakat ialah bentuk komunikasi antara Pondok Pesantren dengan masyarakat agar mampu meningkatkan pemahaman dari masyarakat atas segala kebutuhan ataupun segala yang dilakukan

Pondok Pesantren untuk bisa mendorong minat ataupun kerjasama. Sehingga, nantinya Pondok Pesantren dan masyarakat bisa saling bekerja sama untuk mengembangkan Pondok Pesantren. Kunci utama dari hubungan Pesantren dan masyarakat adalah bertujuan untuk meningkatkan peran dari masyarakat, baik itu kepedulian, support system, ataupun keterlibatan untuk Pesantren. Keduanya memiliki hubungan timbal balik agar sama-sama memajukan atau mengembangkan satu sama lain. Adanya suatu lembaga memang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sebagai usa kooperatif yang saling menjaga atau mengembangkan dari segala informasi antara dua arah itu menjadi efisien.

Hubungan Pondok Pesantren dengan masyarakat adalah sebagai sarana dalam membina ataupun mengembangkan santri atau peserta didik di Pesantren. Sekolah adalah satu kesatuan dari sistem sosial. hal itu terjadi karena antara Pondok Pesantren, sekolah dan masyarakat jika saling bekerjasama maka akan membentuk hubungan yang positif dalam mencapai tujuan pendidikan. Hakikat Public Relation di Pondok Pesantren adalah proses komunikasi antara Pesantren dengan masyarakat dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kebutuhan dan kegiatan pendidikan di Pondok Pesantren serta mendorong minat dan kerjasama antara Pondok Pesantren dengan masyarakat dalam rangka peningkatan dan pengembangan Pesantren. Jika dihubungkan dengan pemahaman dari Pengasuh Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah maka dapat dipahami bahwa Public Relation di Pondok Pesantren juga harus menyentuh tatanan masyarakat, agar masyarakat dapat memahami akan pentingnya Pesantren dan berpartisipasi didalamnya untuk peningkatan Pondok Pesantren. Adapun tujuan dari hubungan antara Pondok Pesantren dengan masyarakat, yaitu: Meningkatkan suatu pemahaman masyarakat terkait tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh Pesantren, meningkatkan pemahaman Pesantren terkait situasi atau keadaan, dan suatu tanggapan atau aspirasi masyarakat terhadap Pesantren serta meningkatkan jumlah kuantitas dan kualitas bantuan orang tua murid dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan di Pondok Pesantren, mengembangkan kesadaran masyarakat tentang peranan pendidikan di Pesantren dalam era pembangunan, membangun dan memelihara kepercayaan masyarakat terhadap Pesantren serta program-program yang ada di Pondok Pesantren, memberitahu masyarakat tentang pertanggung jawaban Pesantren atas harapan yang dibebankan masyarakat kepada Pesantren, mencari dukungan serta bantuan dari masyarakat dalam memperoleh sumber-sumber yang diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program Pondok Pesantren.

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh pelaksana kegiatan berkaitan dengan kegiatan promosi dengan melakukan penyebaran informasi melalui WA. Adapun tahapan tersebut meliputi:



a. Pemilihan WA yang akan dijadikan media promosi

Salah satu pertimbangan yang melatar belakangi strategi Public Relation di Pondok Pesantren melakukan kegiatan promosi melalui WA karena pengelola memiliki jaringan relasi yang cukup luas dengan orang tua yang menjadi sasaran, memiliki kredibilitas yang cukup baik antara Public Relation dan alumni.

b. Penyebaran Informasi

Setelah menentukan jumlah peserta yang ditargetkan, dan mengidentifikasi grup akan dijadikan media berpromosi, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah dengan cara memulai untuk menyebarkan informasi, seperti kegiatan yang ada di Pesantren, dengan kegiatan itulah dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwasannya di Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah kami memiliki banyak kegiatan, seperti pengajian kitab, tahfidzul qur'an, program bahasa arab, pelatihan hadrah, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Jadi dapat penulis asumsikan fungsi paling dasar Public Relation yaitu membantu Pondok Pesantren untuk merealisasikan segala program-program yang tersusun, serta membantu dalam menginformasikan, menjabarkan dan mencapai tujuan serta memberi publik informasi yang cukup atas keberadaan Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah Sukorejo Bangsalsari. Fungsi Public Relation sendiri tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu Fungsi Public Relation adalah menciptakan opini publik dengan itikad baik dan partisipatif. Dalam melakukan Strategi Public Relations untuk mempromosikan pondok pesantren saat ini menggunakan media sosial Whatsapp, supaya memudahkan para alumni dan juga masyarakat sekitar untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan atau program-program dan perkembangan santri yang ada di Pondok Pesantren Asy-Syafi'iyah.

Public Relation sangat berperan penting sekali Sehingga apabila didalam lingkungannya hanya tertuju terhadap hasil saja dan tidak mengutamakan Public Relation sebagai poin utama dalam menjalin hubungan dimata publik, maka bisa dipastikan tidak akan ada kehidupan yang sinergis di lingkup tersebut karena hanya menghasilkan itu-itu saja tanpa adanya pengembangan yang maksimal. Dengan adanya Public Relation di Pondok Pesantren sangat membantu untuk mempromosikan Pesantren, karena disamping bisa menyampaikan informasi dari Pesantren juga bisa menyerap aspirasi

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Khairil Anwar, 2018. Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Era Global. Yogyakarta.

Mimin Yatminiwati, 2019. Manajemen Strategi. Lumajang: Press Stie Widya Gama

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2014 Teori Komunikasi Jakarta: Selemba Humanika.

Sugiyono, 2017. "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syarifuddin. 2016. Public Relations. Yogyakarta.

Jurnal:

Ade Apriyanto, "Strategi promosi Pondok Pesantren Darul Maarif Indramayu di era digital: explorative case study", (Gema Wiralodra, April 2023).

Agnita Yolanda, "Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Pt Pegadaian Kanwil I Medan", (Program Studi Administrasi Bisnis, 2017).

Amiruddin, "Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam", (Yogyakarta, 2021).

Dolly Indra, Saputra, Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur" Vol, 2. No 1, (Juni 2019).

Endang Rahmawati, "Strategi Pelibatan Alumni Dalam Promosi Pesantren Nurul Qur'an Lombok Tengah", (Desember 2021).

Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pdam Kabupaten Sukabumi", (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pgri Sukabumi: Agustus 2017).

Imam Syafe'i "Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Mei 2017).

Muhammad Fauzi "Strategi Media Sosial"Al Ibrohimy Tv" Dalam Menyiarkan Kegiatan Pondok Pesantren Al Ibrohimy Galis Bangkalan" Vol. 6 No. 1, (30 Juni 2021).

Prima Ayu Rizqi Mahanani "Kuliah Public Relations Pengantar & Praktik", (STAIN Kediri Press, Oktober 2015).

Rahartri, "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Saat Ini", (Studi Kasus Layanan Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek), (Agustus 2019).

Riskal Fitri, "Pesantren di Indonesia: Pembentukan Karakter", (Juni 2022).



Robby Adhitya, "Analisis Tugas Pokok Dan Fungsi Hubungan masyarakat Universitas Mulawarman" (2018).

Tongkotow Liedfray, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara", (2022).

Yeni Martini , "Pengaruh Penggunaan Media Whatsapp Terhadap Efektivitas Pembelajaran Online Paud Kecamatan Waluran", (Journal Jendela Bunda).

Zakirman, "Popularitas WhatsApp sebagai media komunikasi dan berbagi informasi akademik mahasiswa", (2018).

Internet:

Patilima, 2005. Pengertian Reduksi Data. <https://penalaranunm.org/penyajian-data-dalam-penelitian-kualitatif> (20 Desember 2021).

https://fitwiethayalisi.wordpress.com/teknologi_pendidikan/penelitian-kualitatif-metode-pengumpulan-data/. (19 Februari 2022).

http://harikurniawan.permataindonesia.ac.id/2018/04/dampak-positif-dan-negatif-menggunakan_3.html?m=1 (April 03, 2018).