

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN SYIAR ISLAM
DI PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran
Islam**

Oleh :

**DESI NURFITRIAH
NPM : 1741010133**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1445 H/2024

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN SYIAR ISLAM
DI PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH KEDATON BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran
Islam**

Oleh :

DESI NURFITRIAH

NPM : 1741010133

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag

Pembimbing II : Bambang Budiwiranto, S,Ag., MA, Ph.D.

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1445 H/2024

ABSTRAK

Syiar dan dakwah merupakan satu paket instrument penting yang harus dimiliki oleh seorang da'i. Syiar dapat diartikan sebagai dakwah menyebarkan Islam ke masyarakat. Dakwah dapat diartikan sebagai sesuatu kegiatan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara berkelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran dan sikap penghayatan terhadap ajaran Islam, sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca dan mempelajari berbagai bentuk data tertulis seperti buku, majalah, dokumen dan lain sebagainya. Masalah Bagaimana Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Sunnanul Huda Dalam Meningkatkan Syiar Islam, peneliti menggunakan teknik dokumentasi dengan sumber data primer dan sekunder dan menggunakan metode analisis data semiotika, observasi, serta dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang peran public relations dalam membangun keunggulan syiar Islam di pondok pesantren al-hikmah bandar Lampung, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan tentang peran public relations dalam membangun keunggulan syiar Islam di pondok pesantren al-hikmah bandar Lampung yaitu : 1. Peran public relations dalam membangun keunggulan syiar Islam di pondok al-hikmah bandar Lampung adalah dengan peran aktif dan peran partisipatif. Diantaranya meliputi memelihara hubungan baik dengan sesama manusia, baik hubungan internal maupun eksternal lembaga.

Kata Kunci : Strategi, Public Relations, Pondok Pesantren Al-Hikmah

ABSTRACT

Shiar and da'wah are an important instrument package that must be owned by a da'i. Shiar can be interpreted as da'wah to spread Islam to the community. Da'wah can be interpreted as a tax activity, whether in the form of oral, written, behavioral, and so on which is carried out consciously and planned in an effort to influence others, both individually and in groups so that there arises in him an understanding, awareness and attitude of appreciation of the teachings of Islam, as a message conveyed to him without any element of coercion.

The research method used is using a descriptive qualitative approach. The data collection technique used in this research is library research, namely by collecting, reading and studying various forms of written data such as books, magazines, documents and so on. The problem of How is the Public Relations Strategy of Sunnanul Huda Islamic Boarding School in Improving Islamic Syiar, researchers use documentation techniques with primary and secondary data sources and use semiotic data analysis methods, observation, and documentation as data collection techniques.

Based on research conducted on the role of public relations in building the excellence of Islamic propaganda at the al-hikmah boarding school in bandar lampung, this research results in conclusions about the role of public relations in building the excellence of Islamic propaganda at the al-hikmah boarding school.

Keywords: Strategy, Public Relations, Al-Hikmah Boarding School



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Nurfitriah
NPM : 1741010133
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN SYI’AR ISLAM DI PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH BANDAR LAMPUNG ”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, Juli 2024

Penulis



Desy Nurfitriah
1741010133



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan
Siyar Islam Di Pondok Pesantren Al-Hikmah
Bandar Lampung
Nama : Desy Nur Fitriah
NPM : 1741010133
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

Pembimbing II

Dr. Faizal, S.Ag, M.Ag
NIP. 196901171996031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dr. Khairullah, S. Ag., MA
NIP. 197303052000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Syiar Islam Di Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung” disusun oleh Desy Nur Fitriah, NPM. 1741010133, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal : Kamis, 27 Juni 2024

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Mubasit, S.Ag, MM (.....)

Sekretaris : Ade Nur Istiani, M.I.Kom (.....)

Penguji I : Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I (.....)

Penguji II : Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag (.....)

Penguji III : Dr. Faizal, S.Ag, M.Ag (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag
196511011995031001

MOTTO

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهَنًا عَلَىٰ وَهْنٍ وَفَصَّلَهُ فِي عَامَيْنِ أَنِ

أَشْكُرْ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَىٰ الْمَصِيرِ ﴿١٤﴾

“Dan Kami perintahkan kepada manusia (agar berbuat baik) kepada kedua orang tuanya. Ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah, dan menyapihnya dalam usia dua tahun. Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada kedua orang tuamu. Hanya kepada Aku kembalimu.”

-QS. Luqman Ayat 14

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur dan mengharap ridho Allah SWT yang Maha Esa. Berkat segala rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam untuk Nabi Besar kekasih Allah, tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW serta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Dengan ini ku persembahkan karya kecil ini kepada :

1. Kedua orang tuaku, Ayahanda Ujang Saifudin dan Ibunda Siti Zubaidah tercinta yang kubanggakan dan kusayangi terimakasih telah bersusah payah memberikan segalanya demi keberhasilan dan cita-citaku. Terimakasih begitu besar kuucapkan atas bantuan, dukungan, doa serta kasih sayang yang begitu besar dan mulia, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penelitian ini.
2. Bule Maryani, S.Pd dan Paklek Muhlihun, S.Kom., M.Pd tersayang yang telah memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan banyak terimakasih sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penelitian ini.
3. Sanak saudara, sepupu, keluarga besar serta kerabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan terimakasih kepada orang yang selalu memberikan support serta motivasi yang tiada henti sehingga aku semangat dalam mengerjakan skripsi yaitu Kakanda Muhammad Nandi Saputra, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan dan selalu melindungi dalam setiap langkahmu.
4. Teman-teman kelas KPI D Angkatan 2017, terimakasih selalu memberikan dukungan dan selalu memberikan keceriaan di dalam kelas.

5. Kepada sahabat-sahabat saya, Debby Kartika Putrim, S.Sos, Dwi Lailatul Khasanah S.Sos, Nia Hikmah, S.M dan yang tidak saya sebutkan satu-persatu atas dukungan dan pertolongan dan perhatian serta pengertiannya kepada saya selama proses penyelesaian tugas akhir.
6. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung, sebagai sarana untuk aku menggali dan menimba ilmu sehingganya aku dapat belajar banyak hal.



RIWAYAT HIDUP

Desy Nurfitriah, dilahirkan di Desa Sudimoro Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung pada tanggal 11 Desember 1999, anak pertama dari pasangan Ayah Ujang Saifudin dan Ibunda Siti Zubaidah .

Pendidikan awal dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) Bahrul Ulum, kemudian mengenyam pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Sudimoro Bangun Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus dan selesai pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan sekolah di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Semaka selesai tahun 2014. Dilanjutkan menempuh Pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Semaka Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus dan selesai tahun 2017.

Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan Pendidikan Tingkat Perguruan Tinggi di Fakultas Dakwah & Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dimulai pada Semester 1 Tahun Akademik 2017/2018. Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Juli 2024
Penulis

Desy Nurfitriah
1741010133

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikn rahmat serta hidayahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Syi’ar Islam Di Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung”**.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat manusia, yaitu agama Islam. Semoga kita mendapat syafaat beliau di akhirat nanti. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelas Sarjana Sosial (S.Sos) S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan juga sebagai aplikasi dalam mengevaluasi kapasitas ilmiah dari mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya di Uniersitas tersebut.

Suatu kebanggan tersendiri bagi penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang sederhana ini. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Rasa terimakasih tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag. Selaku dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung selaku

- pembimbing I yang telah membimbing dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr.Khairullah S,Ag, M.A. selaku ketua jurusan komunikasi dan penyiaran islam dan ibu Ade Nur Istiani, M.Kom.I. selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
 3. Bapak Bambang Budi Wiranto, S.Ag., M.Ag., P.hd Sebagai Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan Skripsi saya dengan penuh ketelitian dan kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
 4. Ibu Ade Nur Istiani, M. I. Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
 5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas islam Negeri Raden Intan Lampung.
 6. Seluruh Staf perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung Dan Staf Perpustakaan jurusan FDIK atas perkenankannya penulis meminjam buku sebagai literature yang dibutuhkan.
 7. Bapak Eko Sugiarto sebagai Penanggung Jawab TKA/TPA Babul Jannah Jagabaya III, Bandar Lampung atas jasanya memberikan informasi berupa data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang saya banggakan.
 8. Sahabat-sahabat seperjuangan dijurusan Komunikasi Penyiaran Islam kelas Dangkatan 2017 dan KKN, yang saya banggakan dan yang sudah memberikan pengalaman serta motivasi dalam segala hal dan menuntut ilmu.
 9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Dengan bantuan dari semua pihak yang penulis sebutkan diatas semoga Allah SWT. Membalasnya dengan imbalan pahala yang berlipat ganda dan menjadikan amal jariyah yang tidak pernah surut mengalir pahalanya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis masih menyadari masih banyak kekurangan karenanya keritik dan saran yang bersifat konstruksi dari semua pihak sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak.

Semoga skripsi yang telah penulis selesaikan ini bermanfaat untuk semua serta bisa menjadi bahan pembelajaran khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Bandar Lampung, Juli 2024

Penulis

Desy Nurfitriah

NPM. 1741010133

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Fokus Penelitian	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
H. Metode Penelitian	13
I. Sistematika Pembahasan.....	20

BAB II STRATEGI PUBLIC RELATIONS DAN SYIAR ISLAM PONDOK PESANTREN

A. Strategi Public Relation.....	23
1. Pengertian Strategi	23
2. Pengertian Public Relation	24
3. Pengertian Strategi Public Relation.....	28
4. Fungsi Public Relation	30
5. Tujun Public Relation.....	31
6. Fungsi Public Relation	32
7. Tahap- tahap Kegiatan Public Relation.....	32
8. Ruang Lingkup Public Relation	33
B. Syi'ar Islam	35
1. Pengertian Syi'ar Islam	35

2.	Tujuan Syi'ar Islam	37
3.	Fungsi Syi'ar Islam	40
4.	Bentuk Kegiatan Syi'ar Islam	41
5.	Metode Syi'ar Islam	43
C.	Pondok Pesantren	47
1.	Pengertian Pondok Pesantren	47
2.	Unsur Pondok Pesantren	50
3.	Tipologi Pondok Pesantren	54
4.	Tujuan Pondok Pesantren.....	56
5.	Fungsi Pondok Pesantren	58
6.	Kurikulum Pondok Pesantren.....	59

BAB III GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN AL- HIKMAH BANDAR LAMPUNG DAN SYIAR ISLAM

A.	Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung	61
B.	Visi, Misi Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung	64
C.	Program Kerja Pengurus Humas, Publikasi dan Informasi Pondok Al- Hikmah Bandar Lampung... ..	66
D.	Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Al- Hikmah.....	66
E.	Program Pendidikan Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung	67
F.	Kegiatan Syi'ar Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung	68
1.	Kegiatan Ekstrakurikuler Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung.....	68
2.	Kegiatan Intrakurikuler Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung.....	68
G.	Kondisi Pengurus dan Santri Pondo Pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung	69

BAB IV	STRATEGI PUBLIC RELATION PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN SYI'AR ISLAM	
A.	Penerapan Strategi Dakwah Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung dalam Syi'ar Islam	71
B.	Faktor Penghambat Penerapan Strategi Dakwah Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung dalam Syi'ar Islam.....	82
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan.	83
B.	Saran.	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN - LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kegiatan Pondok Pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung	68
Tabel 3.2 Jumlah santri tahun pelajaran 2022-2023.....	69
Tabel 3.3 Jumlah pengurus dari tahun 2022-2023	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4. Dokumentasi
- Lampiran 5. Turnitin



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul ini menghindari kesalahpahaman makna yang terkandung dalam memahami judul proposal skripsi yang penulis ajukan, maka di pandang perlu di jelaskan beberapa pengertian yang terdapat dalam judul proposal skripsi ini. **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN SYIAR ISLAM DI PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH KEDATON BANDAR LAMPUNG”** adapun penjelasannya sebagai berikut:

Strategi adalah jalan yang dipilih oleh organisasi atau perusahaan untuk diikuti dalam mencapai misinya.¹ Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam sebuah lembaga. Strategi juga bisa dikatakan sebagai suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwasannya dalam suatu strategi itu terdapat beberapa hal seperti suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Rancangan ini guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran.²

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana untuk merancang segala kegiatan yang mencakup keseluruhan yang nantinya akan dijalankan sesuai dengan visi dan misi dari lembaga tersebut dalam upaya untuk mencapai keberhasilan dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Istilah public Relation sering diartikan menjadi “Hubungan Masyarakat (Humas)”. Sebenarnya penggunaan istilah Hubungan Masyarakat ini masih menjadi perbincangan di kalangan akademisi ilmu komunikasi sebagai induk dari Public Relations. Arti kata “Public” dalam Public Relation berbeda dengan kata “masyarakat” dalam hubungan

¹ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2007), 2.

² Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, (Bandung: PR Remaja Rosdakarya, 2014), h.101

masyarakat. Istilah masyarakat terlalu luas, sedangkan public hanyalah bagian dari masyarakat luas itu. Public merupakan sekumpulan orang atau kelompok yang memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap suatu hal. Kepentingan yang sama itulah yang mengikat anggota publik satu sama lain.³

Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah strategi Public Relation yang digunakan oleh Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung dalam meningkatkan syi'ar Islam baik di dalam lingkungan pondok maupun diluar pondok.

Syi'ar yang berasal dari kata syu'ur yang bermakna rasa masuk dalam banyak jenis ibadah dalam pemahaman Islam. Umpamanya syi'ar haji mulai terdapat pada manasik, pada lambang keagungan Masjidil Haram, Masjid Nabawi, Bukit Shafa dan Marwa (QS. Al-Baqarah: 158). Syi'ar bagi ibadah shalat mulai kita rasakan sejak dikumandangkan azan, mengambil wudhu, beramai-ramai menuju ke masjid dan sebagainya. Setiap langkah seseorang muslim menuju pelaksanaan ibadah yang diwajibkan Allah sudah ada nilai syi'arnya.

Syiar menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah kemuliaan, kebesaran syukur, bersyukur, mengucapkan syukur.⁴ Islam menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah agama yang diajarkan Nabi Muhammad, berpedoman pada kitab suci al-Qur'an.⁵ Syiar Islam adalah penyebaran, pengumuman, dan penyiaran ajaran-ajaran agama Islam yang sempurna sebagai bukti keagungan dan kemuliaan Allah dengan berbagai metode, media, dan bentuk atau bidang tertentu.⁶

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa syi'ar Islam adalah semua kegiatan-kegiatan yang menunjukkan tentang kebesaran Allah, keagungan Allah yang bersifat mutlak.

³ Rachmad Kriyanto, *Public Relation Writing* (Jakarta : Kencana,2012), Ed.2, Cet, Ke-2

⁴ Ernawati Waridah, SS. *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Bmedia, 2017), 271.

⁵ Ernawati Waridah, SS. *Kamus Bahasa...*,114.

⁶ A. Rifqi Amin, *Sistem Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Perguruan TinggiUmum*. (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 147.

Pondok pesantren merupakan satu lembaga pendidikan yang diakui di masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kedudukan tersendiri ditengah kehidupan masyarakat. Secara terminologis, pesantren didefinisikan sebagai lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.⁷ Ditengah keberadaannya sebagai lembaga dakwah Islam dalam kehidupan masyarakat terlebih khusus pada santri-santrinya yang harus langsung terjun langsung kelapangan untuk mensyiarkan dakwah Islam.

Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah Pondok Pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung. Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung merupakan sebuah lembaga pendidikan untuk para penghafal Al-Qur'an dan juga diperuntukkan pendidikan umum. Terletak di Jalan Sultan Agung Gang Raden Saleh Raya No.23, Kedaton, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung. Pondok ini didirikan oleh Bapak KH. Muhammad Sobari, pondok pesantren ini memiliki asrama sebagai tempat tinggal santri serta fasilitas bangunan lainnya, yang diperuntukkan kegiatan belajar mengajar dan keagamaan. Pondok pesantren pun tidak luput dari proses perubahan yang terjadi secara menyeluruh dan global itu. Cita – cita santri zaman sekarang tidak sama lagi dengan santri zaman dahulu (penjajahan). Pondok pesantren berusaha mengubah masa depan pesantren, bukan hanya mampu memproduksi kiai, ahli dakwah, ahli hadist, ahli membaca kitab klasik (kitab kuning), dan lain sebagainya yang berhbungan langsung dengan keagamaan. Namun lebih dari itu, dengan perantara jalur pendidikan pesantren diharapkan mampu menghasilkan sumber manusia yang berpengalaman luas, menguasai segala bidang – bidang pengetahuan dan mampu menyatukan peran ilmu – ilmu agama dengan ilmu – ilmu umum yang menyangkut kehidupan

⁷ Muljono Damopolii, *Pesantren Modern IMMIM Pencetak Muslim Modern*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 57

bermasyarakat. Hal ini dapat kita lihat perubahan – perubahan pondok pesantren.⁸

Berdasarkan penjelasan diatas, yang di maksud judul skripsi “Peran Public Relation dalam meningkatkan syiar islam di Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung” ialah suatu studi yang membahas tentang bagaimana peran Public Relation dalam membangun keunggulan Syiar islam di pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Zaman yang sangat modern ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai dimensi kehidupan manusia. Perkembangan tersebut menuntut kesiapan semua pihak agar dapat menyesuaikan dan mengikutinya, sehingga bangsa ini memiliki daya saing yang baik, mengikuti perkembangan dan tidak tertinggal dari Negara lain yang sedang berkembang pesat. Maka di perlukan persiapan yang baik, salah satunya memperbaiki kualitas sumber daya manusia khususnya di bidang pendidikan yaitu peserta didik. Pendidikan merupakan pondasi penting dalam membangun kepribadian dan peradaban manusia untuk sebuah bangsa. Melihat dari sejarah, dunia pendidikan mengalami perkembangan secara dinamis, baik materi pembelajaran, system pembelajan dan manajemen pengolahan.

Banyak ahli mengatakan bahwa pesantren merupakan salah satu instuisi pendidikan terpenting dan tertua di Indonesia yang bergerak pada pengetahuan keagamaan islam. Pondok pesantren Al-Hikmah yang terletak Jalan Sultan Agung Gang Raden Saleh Raya No.23, Kedaton, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung merupakan salah satu pesantren yang memiliki Public Relation yang baik, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya saing pada pondok pesanteren Al-Hikmah agar mampu bersaing dengan lembaga lainnya. Tentunya peran dari tenaga

⁸ Adi Sasono, Solusi Islam Atas problematika Umat, (Jakarta : Gema Insan Press, 1998), 115-118

pengajar (ustadz) di pondok Al-Hikmah sangat penting untuk meningkatkan public relatn agar lebih baik lagi, dan untuk meningkatkan kualitas belajar santri baik agama dan social di pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung.

Pondok pesantren didirikan dengan tujuan untuk memberi kan pelajaran ilmu agama kepada para santri agar dapat dijadikan bekal untuk diri sendiri, baik di dunia maupun di akhirat. Maka,tidak sedikit Pondok pesantren yang mencoba menyesuaikan diri dari suatu perubahan, namun ada jugaa pondok pesantren yang menutup diri dari pengaruh perkembangan teknologi saat ini⁹. Pondok pesantren Darul Huffazh Lampung merupakan salah satu pondok yang menyesuaikan diri mengikuti perkembangan zaman, dengan mengikuti kemajuan teknologi yang semakin berkembang.

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan. Proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi. Strategi marketing communication yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Dalam kajian pemasaran, kegiatan promosi yang efektif dan efisien dapat dimasukkan sebagai bagian dari konsep bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).¹⁰

Public relations adalah solusi terkini bagi perusahaan atau lembaga untuk membentuk sebuah citra dimasyarakat. *Public relations* dapat membangun opini publik, mengembangkan image positif dan mampu mengelola berbagai perbincangan di masyarakat. Dalam mengelola image, *public*

⁹ Adi Sasono, Solusi Islam Atas problematika Umat, (Jakarta : Gema Insan Press, 1998) 11-12

¹⁰ John E. Kennedy& R. Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer, 2009), 1.

relations butuh perencanaan atau strategi untuk menjalankan fungsi *public relations*. Strategi yang dibentuk sebisa mungkin harus tepat sasaran dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan baik dari segi financial maupun faktor internal dan eksternal. Strategi yang baik adalah mengupayakan secara maksimal apa yang ada secara tepat sehinggampu mencapai hasil optimal. Maka dari itu dalam pembentukannya strategi harus dipersiapkan secara matang. Kedudukan *public relations* dalam suatu organisasi atau lembaga di ponpes adalah sebuah indikasi bahwa *public relations* memiliki peran yang penting dalam perputaran sistem yang ada pada manajemen ponpes tersebut.

Public relations merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen¹¹. Dan tugas utama dari *public relations* adalah membangun citra positif kepada masyarakat ketika perusahaan, organisasi atau lembaga mengalami krisis kepercayaan.

Bagi *public relations*, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, prestasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.¹²

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *public relations* merupakan salah satu komponen terpenting yang ada pada suatu lembaga atau pondok pesantren. *Public Relations* juga mempunyai tugas menjalin dan membina hubungan yang harmonis antar warga pesantren baik kyai, pengurus dan santri.

¹¹ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 13.

¹² Sr. Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2002), 41.

Tidak hanya itu, ditingkat eksternal, kemampuan humas dalam mengemas dan memasarkan Pondok Pesantren ke dunia luar yang dikenal dengan image branding. Kekhasan dan keunggulan Pondok Pesantren perlu di tonjolkan untuk mendapatkan image yang baik dimata masyarakat luar Pondok.¹³ Selain itu image yang bagus akan muncul jika humas mau menampung keinginan dan opini public yang berkembang. Dalam teori manajemen, pembangunan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Strategi pencitraan adalah sebuah upaya yang tidak datang tiba-tiba dan tidak bisa direkayasa. Citra tidak dapat dibeli namun didapat.¹⁴

Syiar dan dakwah merupakan satu paket instrument penting yang harus dimiliki oleh seorang da'i. syiar dapat diartikan sebagai dakwah menyebarkan islam ke masyarakat.

Dakwah dapat diartikan sebagai sesuatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara berkelompok supaya timbul dalam diri seseorang pengertian, kesadaran dan sikap penghayatan terhadap ajaran Islam, sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.¹⁵

Dengan demikian, dakwah Islam pada hakikatnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, yang bertujuan mengajak orang lain untuk berbuat baik dan melarang berbuat yang mungkar sesuai dengan ajaran Islam, sekaligus merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam. Firman Allah: *Artinya: "Hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang mengajak kepada kebaikan, menyuruh mengerjakan yang benar dan melarang daripada membuat yang salah. Mereka itulah orang-orang yang beruntung (menang)".*

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003), 31.

¹⁴ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 65.

¹⁵ Kazim Muhammad al-Naqib, *al-Da'wah wa al-'Aqabat al-Najf*, Cet. I (Matba'ah al-Nukman, 1968/1388), hlm. 29-30. Selanjutnya lihat dalam M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*, Cet. II (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 17.

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin wujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, apabila ajaran Islam yang mencakupi segenap aspek kehidupan itu dijadikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan secara menyeluruh dan sungguh-sungguh.¹⁶

Usaha untuk menyebarkan ajaran Islam, begitupun untuk merealisasikan ajarannya di tengah-tengah kehidupan umat manusia adalah merupakan usaha dakwah, yang dalam keadaan bagaimanapun dan di manapun harus dilaksanakan oleh umat Islam. Sebagai agama dakwah, Islam tidak cukup hanya dengan kelengkapan konsep saja, melainkan perlu adanya suatu usaha yang serius dan sungguh-sungguh untuk menyebarkan dan menyuburkannya.

Tujuan dakwah Islam itu adalah wujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang direndai Allah.¹⁷ Tujuan dakwah ini baru dapat diperoleh apabila umat manusia telah bebas dari belenggu kemusyrikan. Inilah inti dari ajaran Islam. Firman Allah:

Artinya : *“Sesungguhnya Allah tidak mengampuni dosa mempersekutukan (sesuatu) dengan Dia, dan Dia mengampuni dosa yang selain dari syirik bagi sesiapa yang dikehendakinya. Barang siapa yang mempersekutukan (sesuatu) dengan Allah, maka sesungguhnya ia telah tersesat sejauh-jauhnya.”*

Untuk mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersebut di atas, bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, tetapi memerlukan usaha yang serius serta sangat bergantung kepada materi dakwah, pendakwah (da'i), sasaran dakwah, metode dakwah, logistik dakwah, dan media dakwah.¹⁸ Usaha dakwah Islam,

¹⁶ Abd. Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam*, cet. II (Jakarta: BulanBintang, 1986), 1.

¹⁷ Ghazali Darussalam, *Dinamika Ilmu Dakwah Islamiah*, Cet. I (Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors, 1996), hlm. 5.

¹⁸ Syeikh 'Ali bin Salih al-Mursyid, *Mustalzim al-Da'wah fi al-'Asr al-Hadir*, (Kaherah: Maktabah Layyinah, 1989), 28.

terutama di masa mendatang akan semakin bertambah sukar dan menantang. Hal ini disebabkan karena masalah-masalah yang dihadapi oleh dakwah Islam dari waktu ke waktu semakin berkembang dan kompleks. Oleh karena itu, dakwah Islam ketika ini tidak mungkin dilakukan secara perseorangan dan sambil lalu saja. Tetapi harus diselenggarakan oleh para pendakwah secara bersama-sama dalam kesatuan-kesatuan yang teratur, rapi, dan dipersiapkan secara maksimal.

Peran *Public Relations* dalam meningkatkan Syiar Islam sangat lah penting karena jalur ini mengarah ke eksternal dan terjun langsung ke masyarakat atau ke public, supaya bisa lebih efektif dalam meningkatkan syiar Islam di pondok pesantren Sunannul Huda. Fungsi utama dari *Public Relations* adalah membantu menyalurkan komunikasi yang baik dari suatu perusahaan atau pondok pesantren kepada publik.

Untuk menciptakan keunggulan Syiar Islam di Pondok Pesantren Al-Hikmah, Humas harus lebih condong kepada mendukung kemajuannya melalui komunikasi dua arah yang disampaikan lewat publikasi dan kerjasama antara intern dengan stekholder dan kerjasama eksteren dengan masyarakat, lembaga serta pusat pemerintahan dalam mendukung kemajuan pondok pesantren Al-Hikmah Lampung menuju lembaga yang unggul dalam menyampaikan syiar Islam. Sebagai jembatan penghubung suatu lembaga dengan publiknya, sudah seharusnya humas berperan dalam menumbuhkan citra (image) positif untuk masyarakat terhadap segala kebijakan dan langkah lembaga. Selain aktif dalam mendokumentasikan kegiatan-kegiatan lembaga tetapi harus lebih aktif dalam mempublikasikan setiap moment, perubahan dan kegiatan lembaga, cepat menanggapi berita yang dapat merugikan pesantren dan memberikan penerangan kepada masyarakat

Hal ini perlu diperhatikan dan dikelola dengan sebaik-baiknya. Karena antara Pondok Pesantren *Public Relations* pada dasarnya sama-sama saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhannya. Pondok Pesantren memerlukan dukungan dan kerja sama dalam proses keberlangsungannya Syiar Islam agar lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN SYIAR ISLAM DI PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH KEDATON BANDAR LAMPUNG”.

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menetapkan fokus penelitian pada Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Dalam Meningkatkan Syiar Islam. Adapun sub fokus penelitian ini adalah :

1. Strategi public relations apa saja yang digunakan dalam meningkatkan syiar islam di pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Syiar Islam
2. Hambatan apa saja yang dialami dalam Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Syiar Islam

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dilakukan diatas maka permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Syiar Islam?
2. Hambatan apa saja yang dialami dalam Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Syiar Islam ?

E. Tujuan Penelitian

Dengan adanya tujuan apapun kegiatannya pasti akan lebih terarah. Untuk itu perlu dijelaskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Syiar Islam.

2. Untuk mengetahui hambatan yang dialami dalam Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Dalam Meningkatkan Syiar Islam.

F. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Secara Teoritis

Sebagai bahan kajian untuk di kembangkan lebih lanjut dalam penelitian berikutnya mengenai Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung Dalam Mempertahankan Citra Positif di Masyarakat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini di harapkan menjadi pertimbangan bagi pendidik dan masyarakat khususnya di lingkungan pondok pesantren Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung.

3. Secara Akademis

Diharapkan agar mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Raden Intan Lampung dapat menjadikan hasil studi ini sebagai sumber inspirasi serta menambah pemahaman tentang strategi public relation yang dilakukan di pondok pesantren.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis merujuk pada buku-buku, serta skripsi-skripsi yang pernah membahas tentang strategi dakwah. Buku-buku yang digunakan diantaranya.

Adapun skripsi-skripsi yang pernah membahas seputar strategi dakwah diantaranya: Sebagai acuan dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan strategi dakwah yang dilakukan oleh beberapa majelis yaitu :

1. Skripsi Ardiyat Ningrum Mustikasari, mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2014, yang berjudul Strategi Publik Relations pada PT Kompas Gramedia dalam membangun citra perusahaan (Studi Kasus *Corporate Social Responsibility* Bentara Budaya Jakarta). Penelitian ini, berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memunculkan pertanyaan peneliti. Bagaimana strategi *public relations* PT. Kompas gramedia dalam membangun citra perusahaan melalui CSR bidang seni dan kebudayaan tradisional, bentara budaya Jakarta? Citra apa yang ingin dibangun oleh *Publik Relation*PT. Kompas Gramedia melalui Bentara Budaya Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu orang atau lebih. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatif pasif, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis hanya berbeda permasalahan.
2. Skripsi Nadya Ramayana, mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2012, yang berjudul strategi komunikasi *public relations* Hotel Sofyan Betawi (Syariah) dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu. Dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan yang dilakukan penulis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian berdasarkan pendekatan deskriptif analisis. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Skripsi Reisa Aulia, mahasiswa jurusan Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial, yang berjudul Strategi *Publik Relation* kota bandung dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial. Penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi yang

dilakukan oleh HUMAS setda kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terbuka dan wawancara mendalam dengan teknik pemilihan informan menggunakan *purpose sampling* dan *accidental sampling*. Melaksanakan model strategi public relations dalam meningkatkan syiar islam yang berkualitas kepada karimah. Melaksanakan model strategi public relations dalam meningkatkan syiar islam yang berkualitas kepada masyarakat dan di landasi dengan berilmu, beramal dan bertaqwa dengan di landasi akhlakul karimah.

H. Metode Penelitian

Metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) yang dimaksud adalah cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek dan objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan termasuk keabsahannya. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konsentrasi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.¹⁹ Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan metode penelitian adalah kegiatan ilmiah dalam mencari, dan mengembangkan cara untuk mencampai suatu tujuan.

Untuk melakukan suatu penelitian yang benar dan tepat, maka diperlukan sebuah metode penelitian yang sistematis sebagai salah satu bentuk usaha agar data yang diperoleh valid, sehingga penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, tahapan-tahapan dalam penelitian umumnya mencerminkan sisi operasional dan memuat sisi metodologi dan substantif yang harus dipatuhi.²⁰

¹⁹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)

²⁰ Djam'an Satori, An komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta Bandung, 2009) .100.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah study case. Karena berkenaan dengan kualitatif, studi kasus memiliki kemampuan untuk menghadirkan uraian maupun penjelasan yang sama dengan apa yang terjadi dalam keseharian kita. Selain itu, hubungan antara seorang peneliti dengan responden akan dapat terjadi jika menggunakan studi kasus. Hal ini merujuk pada intensitas hubungan yang berlangsung dalam penelitian, dan diharapkan mendapatkan data- data yang valid. Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti di Pondok Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung dengan peningkatan Syiar Islam di Pondok Pesantren Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung.

Penelitian bersifat deskriptif kualitatif, yaitu metode yang meneliti suatu objek yang bertujuan membuat deskriptif secara sistematis factual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat poulasi atau objek tertentu.²¹ Dalam hal ini penulis mendeskripsikannya sesuai dengan apa yang terjadi, untuk memberikan penjelasan terhadap permasalahan yang di teliti, yaitu medeskripsikan dan mengkaji Strategi Public Relations Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Syiar Islam.

2. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, sumber data merupakan salah satu komponen yang paling vital. Sebab kesalahan dalam menggunakan dan memahami serta memilih sumber data, maka data yang akan diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan. Oleh karenanya, peneliti harus mampu memahami sumber data mana yang mesti digunakan dalam penelitiannya itu.

Untuk melakukan suatu penelitian yang benar dan tepat, maka diperlukan sebuah metode penelitian

²¹Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Medi, Public Relations, Adversiting, Komunikasi Organisasi Pemasaran* (Jakarta Kencana Pranamedia Group, 2006), cet-1, 47

yang sistematis sebagai salah satu bentuk usaha agar data yang diperoleh valid, sehingga penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, tahapan-tahapan dalam penelitian umumnya mencerminkan sisi operasional dan memuat sisi metodologi dan substantif yang harus dipatuhi.²²

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.²³ sumber data primer adalah data utama dalam suatu penelitian, digunakan sebagai pokok yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel berdasarkan karakteristik yang dianggap mempunyai keterikatan dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Informan yang dipilih mampu memberikan informasi yang sesuai yaitu orang-orang yang dapat memahami permasalahan yang sedang diteliti dan mereka informasi yang diperlukan saat penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih erat hubungannya dengan masalah penelitian yang berjumlah 2 orang yang terdiri staff humas pondok pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung. Menurut winarno Surachman populasi adalah sekelompok subjek manusia, gejala periswa yang terlibat dalam peristiwa penelitian.²⁴

²² Djam'an Satori, Aan komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta Bandung, 2009), 100.

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2010), 14

²⁴ Winarno surachman, *pengantar penelitian*, pustaka pelajar: Yogyakarta , 2001, cet lli, 91

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data berupa riset, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal, data badan pusat statistik, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang dimaksud.²⁵ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari informasi penelitian terdahulu, jurnal, buku dan artikel maupun internet terkait penelitian ini.

Dalam penelitian ini data yang di gunakan untuk mendukung informasi primer yang telah di peroleh yaitu dokumen-dokumen tentang sejarah pondok pesantren Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung visi dan misi, struktur dan dokumen yang terkait dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang tepat dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik penelitian, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diinginkan dengan memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *interview* (wawancara), observasi (pengamatan), dan dokumentasi.²⁶

a. Wawancara (*Interview*)

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena yang diselidiki. Dalam arti luas, observasi sebenarnya merupakan pengamatan yang dilakukan baik secara langsung atau tidak langsung.²⁷ Dalam hal

²⁵ Winarno surachman, *pengantar penelitian*, pustaka pelajar: Yogyakarta , 2001, cet lii., 42.

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif. Dan R&D.* (Bandung: Alfabet, 2016), 224.

²⁷ Kartini kartono, *op cit.*, 32.

ini penulis menggunakan metode observasi *non partisipan*, yaitu observasi yang tidak turut ambil bagian melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan pengamatan dilapangan. Penulis mendatangi langsung lokasi yang menjadi tempat penelitian, kemudian meneliti, mengamati dan mencatat yang terjadi pada objek penelitian.

Hasil observasi dalam penelitian ini dicatat dalam catatan lapangan. Setelah sampai di tempat tinggal peneliti barulah catatan lapangan inibaru diolah. Sedangkan kegiatan-kegiatan yang diamati dan kemudiandicatat dan direfleksikan oleh peneliti selama di lapangan, di antaranya adalah mencari data-data tentang strategi yang dilakukan hubungan masyarakat internal dan eksternal, yang diarahkan oleh pengurus Pondok Pesantren Al-Hikmah Kedaton Bandar Lampung.

b. Observasi

Metode pengumpulan data melalui wawancara yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.²⁸

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka. Sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku. Adapun wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur.

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu membuat

²⁸ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), 63.

daftar pertanyaan yang terkadang disertai jawaban-jawaban alternatif dari responden dengan maksud agar pengumpulan data dapat lebih terarah kepada masalah, tujuan dan hipotesis penelitian.²⁹

Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden.

Dalam prakteknya penulis menyiapkan beberapa kerangka pertanyaan dan kepada responden diberi kekuasaan dan kebebasan dalam menggunakan jawabannya. Sehingga, untuk mendapatkan data dan informasi mengenai strategi Public Relation Pondok Pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung dalam meningkatkan Syi'ar Islam.

c. **Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang serupa catatan, buku, surat, majalah dan sebagainya. Metode dokumentasi ini digunakan setelah melakukan metode wawancara dan observasi. Tujuannya adalah untuk melengkapi data.³⁰ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa data penduduk, surat dan bukti suatu peristiwa atau sejarah. Dokumentasi ini digunakan untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran suatu peristiwa, sehingga suatu penelitian menjadi valid.

4. **Analisi Data**

Analisis data disebut juga sebagai pengelola data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematis,

²⁹ Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 62

³⁰ Cholid Naburko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 98.

penafsiran, dan verifikasi data agar semua fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.³¹

Miles dan Huberman Michel sebagaimana dikutip Sugiono mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data nya sudah jenuh. Adapun tahap-tahap dalam analisis data yaitu pengumpulan data, *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion drawing/verification*.³²

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data menurut Yin, dilakukan menggunakan multi sumber bukti, membangun rangkaian bukti dan klarifikasi dengan informan tentang draf kasar dari laporan penelitian.³³ Dalam penelitian ini data yang dimaksud adalah data yang berhasil di kumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dicatat. Catatan lapangan berisi informasi yang benar ada di lapangan Pondok Pesantren Al Ghazaliyah dalam meningkatkan ibadah mahdoh masyarakat Desa Way Sindi Hanuan Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, maka dengan itu perlu dicatat secara teliti dan terperinci. Dan dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

³¹ Imam Suprayogo dan Tobrani, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 191

³² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan E&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 246

³³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan E&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), , 247

c. **Penyajian Data (*Data Display*)**

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah mendisplay data, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Dan yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.³⁴

d. **Data Conclusion Drawing / Verifikasi Data**

Selanjutnya penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan yang bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan penyusunan pada skripsi ini, penulis akan menyajikan pembahasan dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini membahas pendahuluan yang menggambarkan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini membahas mengenai landasan teori yang menunjang dalam pembahasan materi penelitian ini

BAB III Deskripsi Objek Penelitian. Pada bab ketiga ini menguraikan tentang gambaran lokasi penelitian yang mencakup profil lokasi penelitian dan gambaran umum tentang pondok pesantren Al- Hikmah Bandar Lampung dalam meningkatkan Syi'ah.

BAB IV Analisis Penelitian. Pada bab ke empat ini terdiri dari analisis data penelitian dan temuan penelitian

³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan E&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), , 252

berdasarkan temuan data lapangan. Analisis data penelitian ini berisi analisis penelitian terdapat fakta-fakta yang ditemukan dalam penelitian sebagaimana yang telah disajikan pada BAB III. Temuan penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang berdasarkan landasan teori yang digunakan.

BAB V Penutup. Pada bab ini berisi penutupan yang berupa simpulan hasil penelitian dan rekomendasi. Simpulan berisi pertanyaan singkat peneliti tentang hasil penelitian berdasarkan pada analisis data dan temuan penelitian, dan rekomendasi merupakan saran-saran praktis dan teoritis.





BAB II

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DAN SYARIAH ISLAM PONDOK PESANTREN

A. Strategi Public Relation

1. Pengertian Strategi

Strategi pada hakikatnya ialah perencanaan atau manajemen untuk mencapai suatu perencanaan tersebut. Strategi selain berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan peta arah, strategi juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹ Istilah strategi, sebagaimana banyak istilah lainnya, dipakai dalam banyak konteks dengan makna yang tidak selalu sama hal ini bisa terjadi tergantung dari konteksnya. Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuan tidak akan mudah tercapai tanpa adanya strategi yang matang. Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai hasil akhir.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi adalah rencana ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.⁴ Strategi merupakan perencanaan jangka panjang terhadap suatu tujuan yang akan dicapai. Secara istilah strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Strategi adalah suatu pola yang telah direncanakan dan ditetapkan secara sengaja untuk melakukan kegiatan atau tindakan. Strategi merupakan hal penting yang perlu dilakukan dalam usaha membangun organisasi atau perusahaan yang lebih baik lagi untuk masa yang akan datang. Strategi adalah jalan yang dipilih oleh organisasi atau perusahaan untuk diikuti dalam mencapai misinya.² Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam sebuah lembaga.

¹ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, cet. Ke-2 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

² Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2007), 2.

Menurut Joseph A. Ilardo strategi sebagai “*a strategy is a carefully chosen plan or series of maneuvers designed to achieve a specific goal*” yakni strategi adalah rencana terpilih yang teliti atau serangkaian manuver yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, Anwar Arifin juga mendefinisikan strategi sebagai seluruh keputusan kondisional atas tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.³

Salah satu pakar Humas, Ahmad S. Adnan Putra, menyatakan bahwa strategi adalah unsur terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah satu fungsi dasar dari proses manajemen.⁴

William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch yang dikutip Herdiana mengemukakan bahwa strategi sebagai suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan. Selain itu, Stephen Robbins juga menyatakan bahwa strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang maupun jangka pendek yang menjadi faktor pendorong dalam mewujudkan tujuan perusahaan.⁵

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi adalah program atau rencana terpadu, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek, yang ditetapkan oleh suatu organisasi atau perusahaan guna mendorong terwujudnya tujuan perusahaan.

2. Pengertian *Public Relation*

Menurut Frank Jefkins, *public relations* adalah komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara organisasi dengan anggotanya atau organisasi dengan khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan yang sudah

³ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019), 290.

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 133.

⁵ Morissan, *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Ramdina Perkasa, 2006), 134.

direncanakan. *Public relations* merupakan bagian dari struktur organisasi yang mempunyai peran dan fungsi untuk membentuk dan mempertahankan citra positif lembaga atau perusahaan dan meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat agar lembaga tidak kehilangan kepercayaan dari publik.

Public relations mempunyai ciri khas yaitu melekat dengan manajemen. *Public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik atas dasar kepentingan publik itu sendiri. Hal ini membuktikan bahwa *public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen pada sebuah lembaga, dimana hal tersebut sangat erat kaitannya dengan manajemen dan mempunyai fungsi yang melekat dengan kegiatan manajemen. *Public relations* adalah fungsi manajemen khas yang mendukung pembinaan dan membangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama yang baik antara organisasi dan publiknya.⁶ *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam masalah-masalah atau isu-isu manajemen.⁷

Kata-kata kunci yang perlu diingat untuk mendefinisikan *public relations* adalah:⁸

a. Sengaja (*Deliberate*)

Kegiatan *public relations* adalah sesuatu yang disengaja, dirancang untuk memengaruhi, mendapatkan pengertian, memberikan informasi, dan memperoleh umpan balik (reaksi dari mereka yang terkena dampak kegiatan).

b. Terencana (*Planned*)

Kegiatan *public relations* adalah sesuatu yang

⁶ Rosady Ruslan, *Klat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 8.

⁷ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 13.

⁸ Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 13

terorganisasi. Solusi masalah diketahui dan logistik dipikirkan, dengan kegiatan yang memerlukan jangka waktu. Kegiatan ini sistematis, membutuhkan riset dan analisis.

c. Kinerja (*Performance*)

Public relations yang efektif didasarkan pada kebijakan dan penampilan nyata dari seseorang atau sebuah organisasi. Tidak ada *public relations* yang dapat menciptakan simpati serta dukungan jika organisasi yang bersangkutan merupakan pemilik usaha yang tidak tanggap terhadap kepentingan masyarakat.

d. Kepentingan Publik (*Public Interest*)

Dasar dari kegiatan *public relations* adalah melayani kepentingan publik dalam suatu masyarakat, bukan sekedar memperoleh keuntungan bagi organisasi. Idealnya, saling menguntungkan bagi organisasi dan masyarakat. Ini adalah benang yang menjalin kepentingan diri organisasi dengan kepentingan dan urusan masyarakat.

e. Komunikasi dua arah (*two-way communication*)

Kamus seringkali memberikan kesan bahwa *public relations* terdiri hanya dari penyebaran materi melalui informasi. Namun, penting juga bahwa definisi itu termasuk umpan balik dari khalayak. Kemampuan mendengarkan adalah bagian dari keahlian komunikasi yang pokok.

f. Fungsi manajemen (*manajemen function*)

Public relations paling efektif apabila berfungsi menjadi bagian dari pengambilan keputusan oleh manajemen puncak. *Public relations* didefinisikan oleh Danish Griswold, pendiri dan pemilik *public relations news* sebagai “fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur sebuah organisasi dengan kepentingan masyarakat, dan melaksanakan suatu program tindakan komunikasi untuk mendapatkan pengertian masyarakat dan dapat diterima oleh masyarakat”.

Dalam *public relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara sesuatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan tersebut.⁹ Dengan melakukan hal ini maka publik akan merasa ikut terlibat dalam usaha untuk membangun lembaga atau perusahaan ke arah yang lebih baik.

Public relations sangat erat hubungannya dengan perkembangan sosial, ekonomi, maupun politik yang muncul di negara tempat organisasi atau perusahaan berada *public relations* dalam organisasi atau perusahaan karena hal-hal sebagai berikut:¹⁰

- a. Adanya kebutuhan memperbaiki hubungan baik dengan publik sehingga terdapat saling pengertian, publik bisa mengerti bagaimana organisasi tersebut, publik bisa lebih mengenal dan mengerti lebih jelas, muncul saling mempercayai demi keuntungan kedua belah pihak, membawa kemajuan, kontinuitas organisasi, dan kebutuhan publik.
- b. Adanya keinginan untuk semakin bersikap terbuka terhadap publik dengan menggunakan komunikasi dua arah. Juga dengan menciptakan opini publik yang sangat diperlukan untuk pengembangan dan kelangsungan organisasi.
- c. Adanya kebutuhan untuk semakin memasyarakat yang merupakan proses mencapai kemenangan dalam mempengaruhi hal-hal penting bagi kepentingan umum sehingga membuat publik semakin mengenal organisasi atau perusahaan dengan lebih baik, dan publik semakin terbuka mengenai kebutuhan, keinginan, dan keluhan.

Adanya kebutuhan untuk berkomunikasi dua arah dalam menghadapi permasalahan sosial yang kompleks, dan semakin

⁹ Wahidin Saputra, Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0* (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), 4

¹⁰ Wahidin Saputra dan Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0* (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), 33.

berkembang. Untuk itu, dibutuhkan hubungan sosial yang sehat dan etis.

3. Pengertian Strategi *Public Relation*

Strategi *public relations* diperlukan untuk menyusun rencana guna mempertahankan citra lembaga atau perusahaan. Strategi yang direncanakan tentunya harus sesuai dengan visi dan misi lembaga atau perusahaan sehingga nantinya strategi yang digunakan dapat sesuai dengan tujuan perusahaan.

Dalam proses mempertahankan citra lembaga *public relations* perlu memiliki strategi yang matang dan dapat merealisasikan strategi tersebut dengan baik agar penilaian publik terhadap lembaga atau perusahaan menjadi lebih baik juga.

Menurut Cutlip, proses *public relations* mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses perencanaan strategi dalam *public relations* ini terdiri dari: *Fact Finding, Planning, Communication, dan evaluation*. Kasali mengadaptasinya menjadi: pengumpulan fakta, definisi permasalahan, perencanaan dan program, aksi komunikasi serta evaluasi.¹¹

Proses perencanaan strategi *public relations* dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Fact Finding*

Langkah pertama ini adalah mencakup penyelidikan dan pemantauan, mencari data dan mengumpulkan fakta sebelum melakukan tindakan. Langkah ini memberikan landasan bagi semua langkah apakah proses pemecahan masalah lainnya menentukan, “Apa yang sedang terjadi saat ini?” Dalam proses analisis situasi, perlu analisis rinci atas faktor internal dan eksternal dalam situasi masalah memberi praktisi informasi yang dibutuhkan untuk dapat menilai kekuatan, kelemahan, peluang bahkan ancaman.

¹¹ Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 90.

b. *Planning*

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program, tujuan, tindakan strategi, taktik dan tujuan komunikasi. Pembuatan rencana dan program adalah membuat keputusan-keputusan strategi dasar apa yang akan dilakukan dengan urutan apa dalam menanggapi atau mengantisipasi masalah atau bahkan peluang.

c. *Communication*

Langkah ketiga mencakup pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik demi mencapai tujuan program. Dalam melaksanakan program, kegiatan *public relations* harus mencakup tujuh C komunikasi *public relations*, yaitu *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity* (kejelasan), *continuity* dan *consistency* (kesinambungan dan konsistensi), *channels* (saluran), dan *capacity of audience* (kapasitas audiens).

d. *Evaluation*

Langkah terakhir dalam proses ini mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan dan hasil program. Evaluasi merupakan proses yang terus menerus dan penting dilaksanakan. Dalam analisis terakhir, evaluasi program melibatkan banyak pengetahuan luar teknik riset ilmiah. Mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara terus-menerus. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk melakukan kegiatan berikutnya.

Tanpa adanya strategi yang matang maka dapat dikatakan *public relations* akan mengalami kesulitan dalam melaksanakan tugas dan mencapai tujuan untuk mempertahankan citra dari lembaganya. Oleh sebab itu, strategi *public relations* harus dipersiapkan dengan sangat baik karena strategi-strategi inilah yang nantinya akan mempermudah *public relations* dalam

proses untuk membentuk atau mempertahankan citra yang sesuai dengan tujuan dari sebuah lembaga atau perusahaan.

4. Fungsi *Public Relation*

Fungsi dari *public relations* adalah komunikasi yang artinya seorang *public relations* harus menjalin dan menjaga komunikasi secara baik agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Jadi, fungsi *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajiban dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.¹² Komunikasi berfungsi sebagai jembatan yang dijembatani cita-cita dan aspirasi dengan masyarakat secara timbal balik, adanya semacam *give and take*. Aspirasi dan cita-cita masyarakat tertampung sehingga merasa ikut serta (peran serta) dan dengan sendirinya ada dukungan dan dorongan dari masyarakat.¹³

Anne van der Meiden dalam buku *public relations Een Kenismaking*. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa fungsi utama *public relations* adalah sebagai berikut:¹⁴

- a. Menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal;
- b. Menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan meningkatkan partisipasi publik;
- c. Menciptakan opini publik yang menguntungkan organisasi atau perusahaan dan publik.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa fungsi *public relations* adalah menjalin dan menjaga komunikasi secara baik dari lembaga kepada publik maupun sebaliknya agar tercipta hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publiknya dan juga mampu menyelesaikan masalah yang terjadi di antara keduanya.

¹² Rakhmat Krisyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat* (Jakarta: Kencana, 2012), 21.

¹³ Widjaja, H.A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: PT Bumi aksara, 2008), 52.

¹⁴ Wahidin Saputra, Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0* (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), 35.

5. Tujuan *Public Relation*

Tujuan adalah suatu target yang disusun secara terarah yang pada akhirnya tercapainya sesuatu yang telah diharapkan. Dan tujuan dari *public relations* adalah untuk mendtrciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi di mata publik yang disesuaikan dengan kondisi yang ada, sangat jelas bahwa dalam sebuah organisasi atau perusahaan memiliki peranan yang cukup penting dalam hal yang sudah disebutkan diatas. Tujuan *public relations* adalah merubah publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang, yang berprasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati.¹⁵

Agar perusahaan atau organisasi kita memperoleh *image* yang baik maka *public relations* dapat mengupayakan dengan jalan menciptakan sesuatu yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan. Di mana *image/citra* tersebut jika diperinci adalah untuk:¹⁶

- a. *Public understanding* (pengertian publik) Pengertian belum berarti persetujuan/penerimaan, persetujuan belum berarti penerimaan. Dalam hal ini publik memahami lembaga/organisasi/perusahaan apakah itu dalam hal produk atau jasanya, aktivitas-aktivitasnya, reputasinya, perilaku manajemennya, dsb.
- b. *Public Confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap organisasi kita) Publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan/instansi adalah benar adanya apakah itu dalam hal kualitas produk atau jasanya, aktivitas- aktivitas yang positif, reputasinya baik, perilaku manajemennya dapat diandalkan, dsb.
- c. *Public Support* (adanya unsur dukungan dari publik terhadap organisasi kita) baik dalam bentuk material (membeli produk kita) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/fikiran untuk menunjang keberhasilan

¹⁵ Frank Jefkins, *Public Relations, edisi kelima*, alih bahasa. Haris Munandar (Jakarta: Erlangga, 2004), 80

¹⁶ Neni Yulianita, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (LPU) Lembaga Penelitian dan Pengabdian, 2007), 47

perusahaan kita).

- d. *Public Cooperation* (adanya kerjasama dari publik terhadap organisasi kita) jika ketiga tahapan diatas dapat terlalui maka akan mempermudah adanya kerjasama dari publik yang berkepentingan terhadap organisasi kita guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari *public relations* adalah menciptakan, memelihara, meningkatkan, serta memperbaiki citra lembaga atau organisasi di mata publik serta membangun pengertian, kepercayaan, dukungan serta bekerjasama dengan publik guna membuat lembaga dapat terus berjalan sesuai dengan tujuannya.

6. Tugas *Public Relation*

Menurut Thomson *Public Relations* memiliki dua tugas utama, yaitu:

- a. Memperkenalkan sesuatu yang harus populer bisa personal appeal, memperkenalkan produk dan service, dan memperkenalkan financial performance.
- b. Mengurangi kerugian yang lebih besar karena kesalahan yang dilakukan perusahaan.

7. Tahap- tahap *Public Relation*

- a. Komponen sasaran, umumnya adalah para stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara structural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyanggah opini bersama (common opinion), potensi polemic, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus disini adalah yang disebut public sasaran (target public).
- b. Komponen sarana yang pada strategi *Public Relations* berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut kearah posisi atau dimensi yang menguntungkan. Hal tersebut dilaksanakan melalui pola dasar “The 3-C’s

option” (Conservation, change dan Crystallization) dari stakeholder yang disegmentasikan menjadi public sasaran.

8. Ruang Lingkup *Public Relation*

Ruang lingkup public relations sangat luas mencakup seluruh bentuk kegiatan komunikasi. Ruang lingkup public relations tidak tergantung pada public eksternal dan public internal tetapi juga karakteristik organisasi dalam menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan. Semakin luas komponen public yang berkepentingan terhadap organisasi maka elemen publiknya juga akan semakin luas, beragam dan permasalahan pun semakin kompleks.

Pada sisi lain, ruang lingkup public relations dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain ;

- a. Membina hubungan kedalam (public internal) Adalah publik yang menjadi bagian dari unit/ badan/ perusahaan atau organisasi itu sendiri seperti penanam saham dan karyawan dari tingkat atas sampai paling bawah.
- b. Membina hubungan keluar (public eksternal) Adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Menurut H. Fayol ada beberapa sasaran public relations antara lain:
 - 1) Membangun identitas dan citra perusahaan (Building corporate identity and image) dan mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
 - 2) Menghadapi krisis (facing of Crisis) Adalah menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR recovery of image yang bertugas memperbaiki lost of image and damage.

- 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (Promotion public causes) yang menyangkut kepentingan public.¹⁷

Ruang lingkup public relations dalam sebuah organisasi atau lembaga meliputi aktifitas sebagai berikut :

a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan public relations adalah public yang menjadi bagian dari organisasi seperti, ketua umum, sekretaris, bendahara, kepala divisi dan anggota organisasi itu sendiri. Seseorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negative di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu di jalankan oleh organisasi.¹⁸

b. Membina hubungan ke luar(public eksternal)

Yang di maksud dengan public eksternal adalah public umum (masyarakat). Mengusahakan timbulnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilkannya. Tugas penting eksternal public relations adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif yang di tunjukan kepada publik di luar struktur yang ada didalam organisasi. Informasi harus di berikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti, sebab public berhak mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.¹⁹

¹⁷ Ruslan Rosady, 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi – Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 19.

¹⁸ Rosadi Ruslan, *Manajemen public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2008), 16

¹⁹ Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT, Citra Aditya Bakti, 2001), 38.

B. Syi'ar Islam

1. Pengertian Syi'ar Islam

Kata syiar adalah kemuliaan, kebesaran. Syiar yang secara harfiah berarti tanda atau rambu-rambu yang dipasang untuk mengenali sesuatu. Kata syiar berasal dari kata *syu'ur*, yang bermakna rasa, karena syiar dibangun agar setiap orang yang melihatnya merasakan keagungan Allah.²⁰

Syiar Islam menurut bahasa arab berasal dari kata *syu'ur* yang bermakna merasainya, *syu'urun* yang berarti perasaan. Karena syiar dibangun agar setiap orang yang melihatnya merasakan keagungan Allah SWT. Sedangkan dalam kamus Besar Bahasa Indonesia Syi'ar terdiri dari kata Syi' dan Ar yang mana Ar berarti kemuliaan atau kebesaran. Syiar bisa diartikan juga menyampaikan kabar berita kepada orang-orang yang tadinya tidak tahu menjadi tahu.

Kata syiar bukan sekedar satu kata dengan berbagai arti secara harfiah, tetapi ia mempunyai arti yang dapat dirumuskan secara konseptual. Kata syiar ternyata merupakan terminologi keagamaan yang erat hubungan dengan masalah *ta'abudiyah* kepada tuhan dalam Islam. Secara khusus terminologi syiar ditujukan untuk segala amalan yang dilakukan dalam rangka pelaksanaan ibadah haji dan tempat-tempat mengerjakannya.²¹ Syiar tidak hanya merujuk pada amalan ibadah haji semata, tetapi semua ibadah, bahkan semua aktivitas yang menjadi simbol kepatuhan seseorang kepada Allah. Syiar diagungkan sebagai manifestasi rasa taqwa.

Islam adalah agama yang dibawakan Nabi Muhammad dimulai dari bangsa Arab, kemudian menyebar luas sampai ke seluruh dunia. Indonesia salah satu Negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, bahkan agama Islam sangat dihargai di dunia ini. Islam sendiri secara bahasa berasal dari kata *aslama* dan *salam* yang berarti damai sejahtera dan berserah

²⁰ Antoni Ludfi Arifin, *Syiar, Doa, Ikhtiar Menuju Indonesia Emas*, (Jakarta: PT GramediaPustaka Utama, 2021), 9.

²¹ Idapurnawati, *Peran Anregurutta (AG) H. Abdurrahman Ambo Dalle Dalam Mengembangkan Syiar Islam, Skripsi Prodi Sejarah Peradaban Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (IAIN) Parepare*, 2019, 21.

diri. Allah ingin manusia menyerahkan diri sepenuhnya kepada Allah disertai dengan memberikan kedamaian kepada penduduk bumi.²²

Islam wajib menebarkan kedamaian dan kesejahteraan. Hal ini berkaitan bahwa manusia telah Allah ciptakan untuk menjadi khalifah di bumi, mengatur segala isi bumi demi kemaslahatan bersama.²³ Jadi kesimpulannya, Islam itu bermakna menyerahkan diri dan menyebarkan kedamaian, tujuan Allah menamakan agama Islam agar manusia dapat menyebarkan kedamaian dan mampu berserah diri hanya kepada Allah, bukan kepada yang lain.

Syiar Islam berarti kemuliaan dan kebesaran Islam, memiliki pengertian positif bagi orang-orang beriman. Pencantuman kata, *min sya'a'irillahi* pada ayat ini dan beberapa ayat lain mengisyaratkan arti penting dan peran besar syiar bagi kemuliaan dan kebesaran agama Islam dan kaum muslimin. Dalam Islam membuktikan bahwa arti penting dari kebesaran ajaran tentang syiar Islam yang tidak lain dan tidak bukan adalah syiar Allah.²⁴

Jika dilihat penyebaran Islam di Indonesia perkembangan Syiar (dakwah) dimulai sejak awal masuknya Islam ke Indonesia, setidaknya ada tiga yang berkembang mengenai teori tentang masuknya Islam di Indonesia, yaitu teori Arab, Gujarat, dan Persia.²⁵

Syiar merupakan suatu usaha atau suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu atau perkataan atau perbuatan yang berupa ajakan atau seruan, dengan tujuan untuk menyeru dan mendorong agar orang lain memenuhi ajakan seruan tersebut. Pesan-pesan disini dimaksud adalah pesan yang telah disediakan dalam al-qur'an dan didukung oleh pekataan Rosul.

²² Ardiyansyah, *Islam Itu Ramah Bukan Marah*, (Jakarta, PT. Gramedia, 2017), 1.

²³ Ardiyansyah, *Islam Itu Ramah, ... 2*.

²⁴ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Al-Amin Bedah Surah Al-Maidah*, (Jakarta: Amzah, 2021), 50.

²⁵ Al-Balaq: *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, Januari –Juni 2018, pp. 103-126., 109

Menurut Thaha Yahya Umar, syiar Islam sama juga dengan dakwah Islam yang artinya semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan umat manusia, kegiatan yang benar sesuai dengan perintah ketuhanan untuk keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.²⁶

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa syi'ar adalah tanda, simbol, atau slogan Islam yang nampak dari ibadah yang dirayakan secara besar-besaran seperti shalat Idul Adha dan Idul Fitri di lapangan terbuka. Syiar begitu penting, harus dijaga dengan sungguh-sungguh, dan terus hidup di tengah masyarakat, karena merupakan eksistensi Islam dan kaum muslimin.

2. Tujuan Syi'ar Islam

Setiap penyelenggaraan syiar Islam harus mempunyai tujuan. Tanpa adanya tujuan yang harus diwujudkan, maka usaha dalam penyampaian syiar Islam tidak berarti apa-apa, bahkan hanya merupakan suatu kegiatan yang sia-sia. Dalam proses penyampaian syiar Islam, tujuan merupakan salah satu faktor yang penting. Tujuan syiar Islam merupakan bagian dari seluruh aktivitas memberikan kegiatan keagamaan berupa penyelenggaraan dakwah dalam bentuk ceramah, peringatan dan dalam bentuk lain yang sesuai dengan ajaran Islam.²⁷

Secara umum, tujuan syiar Islam untuk tercapainya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat merupakan tujuan hidup semua manusia. Abd. Kadir Munsyi mengemukakan bahwa ada tiga unsur penting dari tujuan syiar Islam, yaitu:

- a. Mengajak manusia agar mereka senantiasa menyembah kepada Allah
- b. Mengajak manusia agar mereka ikhlas beragama karena Allah

²⁶Reni Aula, Universitas Islam Malang Fakultas Agama Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam, *Eksistensi Masjid dalam meningkatkan Syiar Islam di Masjid Baitul Makmur Si Alang Baru Pekan Baru, Riau*, 12-13.

²⁷Jamaluddin, *Syiar Islam Dalam Masyarakat Suku Talang Mamak*, (Riau: CV Asa Riau, 2014), 21.

- c. Mengajak manusia agar mereka senantiasa patuh kepada hukum Allah.²⁸

Selain daripada itu, tujuan syiar Islam adalah membentuk masyarakat Islam yang konservatif, melalui car-cara sebagai berikut:

- a. Membetulkan tindakan yang menyimpang dari ajaran Islam
- b. Mewujudkan kesehatan mental masyarakat dengan akhlak yang lurus
- c. Membentuk masyarakat yang di ridhai Allah
- d. Menjauhkan manusia dari kejahiliyahan dan kebekuan pemikiran.²⁹

Tujuan syiar Islam ada dua (2) bagian, yaitu tujuan secara umum dan tujuan secara khusus. Tujuan syiar Islam secara umum adalah mengajak umat manusia kejalan yang di ridhai oleh Allah agar mereka dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat. Sedangkan tujuan syiar Islam secara khusus adalah perumusan tujuan sebagai rincian daripada tujuan umum. Tujuan ini dimaksud agar dalam melaksanakan seluruh aktivitas syiar Islam dapat diketahui dengan jelas arah, atau jenis kegiatan yang dikerjakan untuk mencapai tujuan daripada syiar Islam. Secara terperinci dapat dirumuskan tujuan syiar Islam secara khusus ialah:

- a. Mengajak manusia yang sudah Islam untuk senantiasa meningkatkan imandan taqwa kepada Allah
- b. Membimbing mental umat Islam yang masih muallaf (saudara baru) atau mereka yang masih dikhawatirkan kualitas keislaman dan keimanannya
- c. Mengajak manusia yang belum Islam agar menganut agama Islam
- d. Mendidik anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.³⁰

²⁸ Abd. Kadir Munsyi, *Metode Diskusi Dalam Dak'wa* (Surabaya: al-ikhlas, 1981), 20-21

²⁹ M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman Dakwah* (Jakarta: Wijaya, 1981), 132.

³⁰ Jamaluddin, *Syiar Islam Dalam, ...*23-24.

Dilihat dari segi objek syiar (dakwah) maka tujuan syiar Islam terbagi menjadi tujuan perorangan, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan untuk umat manusia, berikut penjelasannya

- a. Tujuan perorangan, yaitu bertujuan untuk membentuk pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum yang disyariatkan Allah swt dan berakhlak karimah. Diharapkan agar pribadi-pribadi umat manusia menjadi muslim secara tuntas. Sebagaimana diperintahkan Allah swt dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 208

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَدْخُلُوْا فِي السَّلٰمِ كٰفَّةً وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu."*

- b. Tujuan untuk keluarga yaitu bertujuan untuk membentuk keluarga bahagia, tentram dan penuh cinta kasih antara anggota keluarga. Allah berfirman:

وَمِنْ ءَايٰتِهٖۭٓۤ اَنَّ خَلَقَ لَكُمْ مِّنْ اَنْفُسِكُمْ اَزْوَاجًا لِّتَسْكُنُوْا اِلَيْهَا وَّجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَّوَدَّةً وَرَحْمَةً ۗ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لٰآيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Artinya : *"Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya padayang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir."*

- c. Tujuan untuk masyarakat, yaitu bertujuan untuk membentuk masyarakat sejahtera penuh dengan suasana keIslaman. Suatu masyarakat dimana anggotanya mematuhi peraturan-peraturan yang telah disyariatkan oleh Allah swt, baik yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan alam sekitarnya, saling bantu membantu, dan penuh rasa persaudaraan.
- d. Tujuan untuk umat manusia, yaitu bertujuan untuk membentuk masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya dunia tanpa diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong-menolong, dan menghormati. Dengan demikian, keseluruhan umat manusia dapat menikmati Islam sebagai rahmat bagi mereka.

Secara umum, *Public Relations* adalah proses interaksi dalam menciptakan opini publik sehingga mendapat input yang dapat menguntungkan kedua pihak serta menanamkan pengertian, motivasi dan partisipasi publik. Tujuan upaya tersebut dilakukan untuk menanamkan kepercayaan, saling mengerti serta menciptakan citra yang baik dari masyarakat.

Dengan mengetahui pendapat para ahli diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan syiar Islam adalah terwujudnya kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat. Karena untuk mencapainya bukanlah sesuatu yang mudah, karena memerlukan proses yang lama dan aktivitas yang terarah serta didukung oleh berbagai faktor yang menunjang ke arah itu.

3. Fungsi Syi'ar Islam

Syiar Islam memiliki fungsi yang sangat penting yaitu memfungsikan kembali indera keagamaan manusia yang memang telah menjadi fitri asalnya, agar mereka dapat menghayati tujuan hidup yang sebenarnya untuk berbakti kepada Allah. Dengan demikian syiar Islam menjadi tanggung jawab kaum muslimin yang bertugas menuntun manusia kejalan yang terang dan mengeluarkan manusia dari jalan kegelapan

kealam penuh cahaya. Dari uraian diatas maka di sebutkan bahwa fungsi syiar Islam adalah:

- a. Menyebarkan syiar-syiar Islam kepada manusia sebagai individu dan masyarakat sehingga, meratanya rahmat Islam sebagai *Rahmatan Lil A'lam* bagi seluruh makhluk Allah
- b. Melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi ke generasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dar generasi ke generasi berikutnya tidak putus
- c. Syiar Islam berfungsi secara korektif, artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.³¹

4. Bentuk Kegiatan Syi'ar Islam

Syaikh Dr. Ibrahim bin Muhammad al Huqail menjelaskan ada empat macam jenis syiar dalam Islam, yaitu:

a. Syiar yang berkaitan dengan waktu

Syiar yang berkaitan dengan waktu (syiar zamaniyah) adalah waktu – waktu yang dikhususkan dan dimuliakan oleh Allah Ta'ala. Diantaranya adalah bulan-bulan haram yang empat yaitu Dzul Qa'dah, Dzul Hijjah, Muharram dan Rajab. Selain itu adalah bulan Ramadhan dan hari Jumat : Allah Ta'ala berfirman:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Artinya : "Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran" (Al Baqarah: 185)

³¹ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila,2013), 46-47

Allah Ta'ala berfirman tentang bulan haram:

إِنَّ عِدَّةَ الشُّهُورِ عِنْدَ اللَّهِ اثْنَا عَشَرَ شَهْرًا فِي كِتَابِ اللَّهِ يَوْمَ خَلَقَ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضَ مِنْهَا أَرْبَعَةٌ حُرْمٌ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ فَلَا تَظْلِمُوا فِيهِنَّ أَنْفُسَكُمْ

Artinya : ”Sesungguhnya bilangan bulan pada sisi Allah adalah dua belas bulan, dalam ketetapan Allah di waktu Dia menciptakan langit dan bumi, di antaranya empat bulan haram. Itulah (ketetapan) agama yang lurus, maka janganlah kamu menganiaya diri kamu dalam bulan yang empat itu” (At-Taubah: 36)

b. Syiar yang berkaitan dengan tempat

Syiar yang berkaitan dengan tempat (syiar makaniyah) adalah tempat-tempat yang diagungkan oleh Allah Ta'ala dan Allah memerintahkan untuk mengagungkannya dan menjadikannya sebagai tanda bagi pelaksanaan satu amal dari amal-amal dalam haji dan umrah seperti Ka'bah, Masjidil Haram, Maqam Ibrahim, Shafa dan Marwah, Masy'aril Haram di Muzdalifah, Mina, tempat-tempat melempar Jumrah, haram Makkah dan Madinah

Setiap tempat yang dijadikan oleh Allah sebagai alamat pelaksanaan amal shalih maka tempat itu juga termasuk syiar Allah. Maka setiap masjid adalah syiar Allah, meninggikan adzan di masjid adalah syiar Allah dan mengagungkan masjid berarti mengagungkan syiar Allah. Inilah salah satu keutamaan ahli masjid dalam Islam, karena dia selalu menghidupkan salah satu syiar Islam dengan selalu datang ke masjid.

c. Syiar yang berkaitan dengan binatang

Di antara binatang yang menjadi syiar dalam Islam adalah binatang hadyu (yakni binatang yang dihadiahkan (dikurbankan) untuk Allah berupa unta, sapi, atau kambing) dan qalaaid (Yakni hewan-hewan hadyu yang

diberi kalung ketika dikurbankan menuju Baitul Haram).
Ini berdasarkan firman Allah:

وَالَّذِينَ جَعَلْنَا لَكُمْ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ لَكُمْ فِيهَا خَيْرٌ

Artinya : ”Dan telah Kami jadikan untuk kamu unta-unta itu sebahagian dari syi’ar Allah, kamu memperoleh kebaikan yang banyak padanya,..” ([Al-Hajj: 36])

d. Syiar Islam yang berupa ibadah

Syiar Islam ini bisa ibadah berbentuk perkataan maupun perbuatan. Syiar shalat ‘Id adalah takbir. Syiar Haji adalah talbiyah. Hal ini sebagaimana dalam hadis Zaid bin Khalid Al Juhani radhiyallahu ‘anhu, dia berkata, ”Rasulullah SAW bersabda:

جاءني جبريل - عليه السلام - فقال: يا محمد، مر أصحابك فليرفعوا أصواتهم بالتلبية؛ فإنها من شعائر الحج

Artinya : ”Jibril ‘alaihi salam mendatangi lalu berkata, ‘Hai Muhammad! Suruhlah para sahabatmu untuk meninggikan suaranya dengan mengucapkan talbiyah. Sesungguhnya talbiyah itu termasuk syiar-syiar haji.” (HR Rahmad)

Kata الشعائر (syiar-syiar) disebut berulang di dalam Al-Quran sebanyak 5 kali. Semuanya mencakup masalah haji dan manasiknya. Sebabnya, wallahu a’lam, haji adalah syiar yang paling menonjol dalam Islam. Manasik yang ada di dalamnya semuanya adalah syiar-syiar yang nampak dan terbuka. Bahkan seluruh ibadah yang bersifat lahir berkumpul dalam ibadah haji.

5. Metode Syi’ar Islam

Dalam menggunakan sesuatu metode syiar Islam, perlu diperhatikan bagaimana hakikat metode itu, karena ia merupakan pedoman pokok yang perlu dijadikan bahan pertimbangan dalam pemilihan dan penggunaannya. Selain itu,

dengan memahami hakikat syiar Islam, seluruh masyarakat akan berhasil dalam proses penyampaian syiar. Adapun hakikat metode syiar Islam terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Metode Ketuhanan (*Rabbaniyah*), yaitu metode yang ditetapkan oleh Allah dalam menyampaikan syiar Islam sesuai tuntunan al-Qur'an dan as-Sunnah. Metode ini terjaga dari kesalahan dan menjadi asas utama bagi seluruh metode-metode syiar Islam lainnya.
- b. Metode Kemanusiaan (*basyariyah*), yaitu metode yang dibuat oleh para *da'i* dan ulama dengan *ijtihad* mereka dari berbagai aspek syiar Islam, yaitu dengan mempresentasikan metode *rabbani* serta berpegang teguh padanya, dan sesuaikan dengan perkembangan zaman dan kondisi objek sasaran. Metode ini kadang-kadang tidak tepat sasaran dan terkadang juga tepat sasaran, sama dengan permasalahan *ijtihad* yang kadang benar juga kadang salah.³²

Metode syiar Enung Asmaya Implementasi Metodologi Dakwah Islam Nabi Muhammad SAW di Indonesia

a. Fokus Kepada Da'i

Da'i dalam proses perubahan masyarakat sangat penting untuk diperhatikan. Kegigihan da'i dalam ilmu dan amal usaha dalam membawa visi dan misi dakwah Islam menjadi syarat dalam proses dakwah Islam. Melalui syarat tersebut akan lahir da'i-da'i yang mampu mengikat lahir dan batin mad'u dalam mengikuti pesan dakwah yang diajarkan. Sebagaimana Muhammad SAW, ia dengan gigih menjadi uswah hasanah dalam ilmu dan amal perbuatan. Melalui bimbingan Allah SWT, Muhammad memiliki ilmu yang hebat, "mukjizat" berupa al-Qur'an sebagai pesan sucinya sekaligus beberapa nubuat yang membuktikan kehebatan Muhammad SAW sebagai utusan Tuhan. Bagi manusia yang bukan nabi dan rasul, tentunya ilmu pengetahuan

³² Muhammad Abu Al Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta Timur: Ar-risalah Al-alamiyah, 2010, 208.

agama dan pengamalan agama yang mapan agar mampu meyakinkan mad'u bahwa ia benar-benar sebagai da'i yang mengajak pada kebaikan dan mencegah kepada kemunkaran. Melalui fokus pada da'i tersebut, kesulitan dakwah berupa lost confident yang dirasakan umat Islam tidak lagi muncul.

Oleh karena umat Islam sebagai mad'u dalam hal ini memiliki da'i yang membanggakan tidak hanya intern muslim tapi juga non-muslim/Barat nasional bahkan internasional. Keteguhan pada prinsip dakwah Islam dan komitmen yang kuat dalam memajukan umat Islam serta syiar Islam maka umat Islam akan terangkat derajat dan citranya di mata dunia. Kepercayaan diri yang terbangun baik, akan mengantarkan pada keingintahuan seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, tugas da'i tidak hanya mapan dalam ilmu agama tetapi juga mampu membaca situasi dan kondisi, cerdas dan cermat dalam menangkap peluang kemajuan untuk umat Islam dengan tetap memegang teguh aqidah Islam yang menyinari dalam amal usaha.

b. Fokus kepada pesan dakwah

Pesan dakwah adalah bagian yang harus disampaikan oleh da'i, baik verbal maupun non verbal, lisan atau tulisan. Pesan yang baik adalah pesan yang mampu mengikat hati muslim dengan Tuhannya, mengikat hati dengan teman seagamanya, memberi dorongan untuk mengais dunia dengan sungguh-sungguh serta menjadi pendorong pada perubahan dunia akhirat menjadi lebih baik. Pesan utama dan pertama adalah mengajak agar muslim beraqidah Islam, beriman kepada Allah SWT dan komitmen dengan sunnah-sunnah yang diajarkan oleh Muhammad SAW. Pesan kedua adalah ajaran tentang hidup dan kehidupan dengan tauhid Allah sebagai poros dari semua amal usaha. Hal ini telah dicontohkan Muhammad SAW selama periode Mekah dan Madinah, yang mengantarkan pada kekuatan umat

Islam pada fase penerusnya (khulafa arRasyidun). Kelemahan umat Islam yang mudah berpecah-belah akan terkikis dengan menyatukan hati dan mengikatkan persamaan melalui akidah Islam, sebagaimana kekuatan Muhammad SAW bersama para sahabatnya dalam menjalankan misi Islam.

c. Fokus kepada media dakwah

Sebagai seorang yang membawa misi perubahan maka ada banyak ikhtiar yang harus dilakukan oleh seorang da'i. Muhammad SAW mencoba dakwah dengan berbagai media, mulai dari rumah sebagai media dakwahnya, dilanjutkan ke masjid dan mushola (tempat sujud), selanjutnya ke media yang lebih dapat dijangkau banyak mad'u adalah lapangan dan pendirian sebuah negara Madinah. Artinya, untuk mengangkat popularitas muslim di mata dunia, maka umat Islam harus melakukan syiar/show up diri sebagai muslim tidak hanya dalam ranah kecil rumah dan masjid melainkan ranah publik, sehingga dunia bisa menyaksikan kemajuan umat Islam. Manakala hal itu sudah dapat dilakukan maka Barat akan segan dan takut kepada umat Islam serta tidak akan serta merta menjajah umat Islam. Oleh karena itu, menjadi sebuah keniscayaan muslim Indonesia berpikir global dalam mengawal umat Islam.

d. Fokus kepada metode

Metode seringkali disebut sebagai tharikah yang lebih penting dari maddah (metode lebih penting dari pesan). Artinya, metode dan cara akan menentukan efektivitas pesan itu diterima. Oleh karena dengan pendekatan metode maka da'i akan menetapkan metode sesuai dengan sasaran dakwah yang dihadapi. Ia akan menerapkan metode sembunyi-sembunyi dengan pesan-pesan yang persuasif manakala situasinya tidak mendukung, dan sebaliknya akan lantang, tegas, jelas, dan terang-terangan ketika situasinya mendukung. Oleh karena itu, metode dakwah juga bisa dilakukan dengan kekuasaan (yaddun), nasihat (lisan), dan dukungan (do'a)

sesuai dengan situasi mad'u. Oleh karena itu, tujuan dari metode itu dipikirkan agar mad'u mengerti, senang, memiliki sikap positif, dan dapat menjalankan pesan yang disampaikan. Muhammad SAW adalah seorang da'i yang cermat dalam menentukan metode dakwah sehingga semakin waktu berjalan pengikut atas sunah-sunahnya semakin banyak.

e. Fokus kepada mad'u

Muhammad SAW memberikan perhatian kepada mad'u sebagai kelompok yang tidak dapat dipisahkan darinya. Ia banyak memberikan perhatian atas pemenuhan hak dan kewajiban mad'u sebagai warga negaranya saat ia berada di Madinah, membuat aturan dan perundangan yang mengatur kehidupan bersama agar hidup rukun dan damai. Aturan dan perundangan yang telah disepakati bersama menjadi payung dalam melaksanakan aktivitas agar semuanya yang membuat aturan bisa melaksanakannya. Oleh karena itu, aturan menjadi supremasi hukum dalam kepemimpinan Muhammad SAW. Mad'u yang beragam tidak menjadi problem berarti bagi Muhammad SAW karena ia berlaku adil kepada siapapun; kaum Anshar, Muhajirin, Muslim, non-muslim semuanya diperhatikan sama. Ada beberapa focus Muhammad SAW kepada mad'u saat itu; persamaan hak (faham egali-terianisme, keadilan, kesejahteraan, demokrasi, dan supremasi hukum). Diharapkan semua mad'u dapat memahami hidup bersanding dalam perbedaan tetapi damai dan aman.

C. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan satu lembaga pendidikan yang diakui di masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kedudukan tersendiri ditengah kehidupan masyarakat. Secara terminologis, pesantren didefinisikan sebagai lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan

menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.³³ Ditengah keberadaannya sebagai lembaga dakwah Islam dalam kehidupan masyarakat terlebih khusus pada santri-santrinya yang harus langsung terjun langsung kelapangan untuk mensyiarkan dakwah Islam.

Pesantren merupakan produk budaya masyarakat Indonesia yang sadar sepenuhnya akan pentingnya arti sebuah pendidikan bagi orang pribumi yang tumbuh secara natural. Pondok Pesantren adalah gabungan dari pondok dan pesantren. Istilah pondok, mungkin berasal dari kata funduk, dari bahasa arab yang berarti rumah penginapan atau hotel. Akan tetapi di dalam pesantren Indonesia, khususnya di pulau Jawa, lebih mirip dengan pemondokan dalam lingkungan padepokan, yaitu perumahan sederhana yang dipetak-petak dalam bentuk kamar-kamar yang merupakan asramabagi santri. Sedangkan istilah pesantren secara etimologis asalnya pesantri-an yang berarti tempat santri.³⁴

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia, sebagai sistem pendidikan yang lahir dan tumbuh melalui kultur Indonesia yang bersifat *indigenous* yang diyakini oleh sebagian penulis telah mengadopsi model pendidikan sebelum yaitu dari pendidikan hindu dan budha sebelum kedatangan Islam.³⁵ Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan dengan bentuk khas sebagai tempat dimana proses pengembangan keilmuan, moral dan ketrampilan para santri menjadi tujuan utamanya.³⁶

Selain itu Pondok Pesantren dapat diartikan pula sebagai salah satu bentuk *indigenous* Cultural atau bentuk kebudayaan asli bangsa Indonesia. Sebab, lembaga pendidikan dengan pola kyai, santri dan asrama telah dikenal dalam kisah dan sejarah

³³ Muljono Damopolii, *Pesantren Modern IMMIM Pencetak Muslim Modern*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 57

³⁴ Nasir Ridwan, *Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 80

³⁵ Maunah Binti, *Tradisi Intelektual Santri*, (Yogyakarta: Teras Komplek Polri, 2009), 186

³⁶ Fuadi Choirul dkk, (*Model Pengembangan Ekonomi Pesantren* Purwokerto: Unggun Religi, 2010), 28

rakyat Indonesia, khususnya di pulau Jawa. Lebih lanjut menurut Hasan pesantren merupakan sebuah lembaga yang melekat dalam perjalanan kehidupan Indonesia sejak ratusan tahun yang silam dan telah banyak memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan bangsa ini terutama dalam hal pendidikan. Karena itu tidak mengherankan apabila pakar pendidikan sekelas KI Hajar Dewantara dan Dr. Soetomo pernah mencita-citakan model pendidikan pesantren sebagai model pendidikan nasional.

Pada dasarnya pesantren terbentuk sebagai perwujudan dari dua keinginan yang bertemu. Keinginan orang yang ingin menimba ilmu sebagai bekal hidup (santri) dan keinginan orang yang secara ikhlas mengajarkan ilmu dan pengalamannya kepada umat (kiai). Sehingga secara fisik Pondok Pesantren adalah lembaga yang memadukan dua keinginan tersebut.

Pondok Pesantren yang ideal adalah Pondok Pesantren yang mampu mengantisipasi adanya pendapat yang mengatakan bahwa alumni Pondok Pesantren tidak berkualitas. Oleh sebab itu, sasaran utama yang diperbaharui adalah mental, yakni mental manusia dibangun hendaknya diganti dengan mental membangun.³⁷ Terdapat dua pendapat yang berkembang mengenai sejarah dan asal-usul sistem pendidikan Pondok Pesantren. Pendapat pertama menilai bahwa asal-usul sistem pendidikan Pondok Pesantren berasal dari tradisi hindu yang telah lama berkembang di negeri ini. Pendapat kedua mengatakan bahwa asal-usul sistem pendidikan Pondok Pesantren adalah dari tradisi yang berkembang di dunia Islam dan arab itu sendiri.³⁸

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Pondok Pesantren adalah suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui masyarakat sekitar dengan sistem asrama (komplek) dimana para santri menerima pendidikan agama

³⁷ Nasir Ridwan, *Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 88

³⁸ Haedari Ami, *Transformasi Pesantren*, (Jakarta: Tranwancana Offset, 2006), 21

melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dari *leadership* seorang atau beberapa orang kyai dengan ciri-ciri khas yang bersifat kharismatik serta independent dalam segala hal.

2. Unsur Pondok Pesantren

Unsur-unsur dalam Pesantren dapat disebut sebagai ciri-ciri yang secara umum dimiliki oleh Pondok Pesantren sebagai lembaga pendidikan sekaligus lembaga sosial yang secara informal itu terlibat dalam pengembangan masyarakat pada umumnya, Zamakhsyari Dhofir menyebutkan lima elemen dasar dari tradisi Pondok Pesantren yang melekat atas dasar dirinya yang meliputi Pondok, Masjid, Pengajaran kitab-kitab Islam klasik, Santri, dan Kiyai.

a. Kiyai

Kiyai merupakan elemen yang paling esensial dari suatu Pondok Pesantren. Ciri yang paling penting bagi pendidikan seperti di pesantren adalah adanya seorang Kiyai. Pada dasarnya gelar Kiyai lebih ditujukan kepada seseorang yang mempunyai pengetahuan agama Islam secara mendalam, sekaligus memiliki lembaga pendidikan pesantren. Suatu lembaga pendidikan Islam disebut pesantren apabila memiliki tokoh sentral yang disebut kiyai. Ia berperan penting dan strategis dalam pengembangan dan pergerakan pesantren. Oleh karena itu, kiyai berdimensi ganda, yaitu sebagai pemimpin pondok, sekaligus memiliki pondok itu sendiri.³⁹

Kyai merupakan guru, pendidik, leader pesantren, karena merekalah yang selalu membimbing, mengarahkan dan mendidik para santri. Kyai dalam pengertian umum merupakan pendiri dan pemimpin pondok sebagai seorang muslim terpelajar membaktikan hidupnya dan menyebarkan

³⁹ Nawawi Amirudin, *Pembaharuan Pendidikan Pesantren*, (Yogyakarta: Gama Media, 2008), 23- 27

serta memperdalam ajaran-ajaran dan pandangan Islam melalui kegiatan pendidikan.

Dalam tradisi pesantren salafi, kiai sebagai pengasuh pondok ditempatkan sebagai sentral (panutan), sehingga menyebabkan pondok pesantren dituntut untuk memenuhi seluruh kebutuhan pondok tersebut. Sementara itu dalam tradisi pesantren Dhofier menemukan bahwa sejak Islam masuk di Jawa, para kiai selalu terjalin oleh *intellectual chains* (rantai intelektual) yang tidak terputus. Ini menandakan antara satu pesantren dengan pesantren lain, baik dalam satu kurun zaman maupun dari satu generasi ke generasi berikutnya, terjalin hubungan intelektual yang mapan hingga perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam lingkungan pesantren sebenarnya. Keabsahan (*authenticity*) ilmunya dan jaminan yang ia miliki sebagai seorang yang diakui sebagai murid kiai terkenal dapat ia buktikan melalui mata rantai transmisi yang biasanya ia tulis dengan rapi dan dapat dibenarkan oleh kiai-kiai lain yang masyhur yang seangkatan dengan dirinya. Dalam tradisi pesantren, rantai transmisi ini disebut sanad.

Bila ditelusuri lebih mendalam, keberadaan kyai dalam sejarah pondok pesantren adalah salah satu yang sangat vital, karena keberlangsungan pesantren tergantung dari peran kyai di dalamnya. Ronald Alan yang dikutip Hilmy mengatakan, kyai adalah cendekiawan agama (ulama) yang karena Islam tidak memiliki sistem kependekatan, menjadi pemimpin-pemimpin Islam di Jawa. Kyai tidak memperoleh gelar dari sistem pendidikan formal, tetapi lebih dari itu, gelar itu datang dari masyarakat. Simuh menambahkan, sejak zaman Majapahit para kyai sangat ditaati para santri dan dimuliakan laksana raja-raja lokal tak bermahkota.

b. Pondok

Sebuah pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional dimana siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan

seorang atau lebih guru yang lebih dikenal dengan sebutan “kyai”. Asrama untuk para santri berada dalam lingkungan kompleks pesantren di mana kyai bertempat tinggal yang juga menyediakan sebuah masjid untuk beribadah, ruangan untuk belajar dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang lain. Kompleks pesantren ini biasanya dikelilingi oleh tembok untuk menjaga keluar dan masuknya para santri dan tamu-tamu (orang tua santri, keluarga yang lain dan tamu-tamu masyarakat luas) dengan peraturan yang berlaku.⁴⁰

Pondok, asrama bagi para santri, merupakan ciri khas tradisi pesantren, yang membedakannya dengan sistem pendidikan tradisional di masjid-masjid yang berkembang di kebanyakan wilayah Islam di negara-negara lain.⁴¹ Diantara ciri Pondok Pesantren senantiasa memiliki pondokan. Karena itu, lembaga pendidikan Islam ini lebih populer dengan sebutan Pondok Pesantren, yang artinya kurang lebih keberadaan pondok dalam pesantren yang berfungsi sebagai wadah penggemblengan, pembinaan dan pendidikan serta pengajaran ilmu pengetahuan.

c. Masjid

Pada hakekatnya masjid merupakan sentral bagi kegiatan kaum muslimin, baik dalam konteks ibadah khususiyah maupun umumiyah. Ibadah yang disebut pertama lebih berorientasi pada dimensi ukhrawi, sedangkan sebutan yang kedua berdimensi duniawi. Tegasnya, masjid menjadi simbol bagi kaum muslimin untuk mengabdikan dirinya secara totalitas terhadap sang pencipta. Sederhananya masjid dimaknai sebagai tempat sujud.⁴²

⁴⁰ Dhofier Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: sLP3ES, 1985), 79-80

⁴¹ Dhofier Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: sLP3ES, 1985), 81

⁴² Abdurrahman Wahid, *Pesantren Masa Depa*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 199), 13- 16

Masjid merupakan elemen yang tak dapat dipisahkan dari pesantren dan dianggap sebagai tempat yang paling tepat untuk mendidik para santri, terutama dalam praktek sembahyang lima waktu khutbah dan sembahyang jum'ah dan pengajaran kitab-kitab Islam klasik.⁴³

d. Pengajaran Kitab- Kitab Islam Klasik

Dalam dunia pesantren, kitab-kitab Islam klasik sering disebut dengan kitab kuning karena warna edisi-edisi kitab tersebut kebanyakan berwarna kuning. Kitab-kitab Islam klasik dikarang oleh para ulama terdahulu dan termasuk sebagai bahan pelajar yang berisi tentang berbagai macam ilmu pengetahuan agama Islam dan bahasa Arab. Setidaknya, ada delapan macam bidang pengetahuan yang diajarkan dalam kitab-kitab Islam klasik, yakni: nahwu dan saraf (morfologi), fiqh, usulfiqh, hadits, tafsir, tauhid, tasawwuf dan etika, qisah, tajwid dan cabang-cabanglainnya.⁴⁴ Pengajaran kitab-kitab Islam klasik merupakan salah satu ciri khas dari pesantren. Dilingkungan pesantren, kitab klasik itu lebih dikenal dengan sebutan kitab-kitab kuning. Ini karena dilihat dari bahan kertasnya berwarna agak kekuningan-kuningan.

e. Santri

Santri adalah sebutan peserta didik di dunia pesantren. Santri biasanya terdiri dari dua kelompok. Perlu diketahui bahwa, menurut tradisi pesantren, santri terdiri dari dua:

- 1) Santri mukim, yaitu murid-murid yang berasal dari daerah yang jauh dan menetap dalam kelompok pesantren. Santri mukim yang paling lama tinggal di pesantren biasanya merupakan suatu kelompok

⁴³ Dhofier Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: sLP3ES, 1985), 85

⁴⁴ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam Manajemen Islam Adalah Ruang dan Waktu Niat, Iktiar dan Tawakal*, (Cilacap: Pustaka El Bayan, 2017), 14

tersendiri yang memang bertanggungjawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari; mereka juga memikul tanggungjawab mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab dasar dan menengah.

- 2) Santri kalong, yaitu murid-murid yang berasal dari desa-desa sekitar pesantren, biasanya tidak menetap dalam pesantren. Untuk mengikuti pelajarannya di pesantren, mereka bolak-balik (nglaju) dari rumahnya sendiri.⁴⁵
- 3) Di dunia pesantren biasa juga dilakukan, seorang santri pindah dari suatu pesantren ke pesantren lain. Setelah seorang santri merasa sudah cukup lama di suatu pesantren, maka dia pindah ke pesantren lain. Biasanya kepindahannya itu untuk menambah dan mendalami suatu ilmu yang menjadi keahlian dari seorang kyai yang didatanginya itu.⁴⁶

3. Tipologi Pondok Pesantren

Di Indonesia dikenal tiga jenis pondok pesantren diantaranya sebagai berikut:

a. Pesantren Salaf

Pesantren salaf merupakan pesantren yang mula-mula ada di Indonesia. Pesantren ini pada umumnya didirikan sebagai pusat dakwah dan penyebaran agama Islam di Indonesia di masa-masa awal, khususnya di masa walisongo. Pesantren jenis ini juga biasa disebut sebagai pesantren tradisional. Penyebutan “tradisional” di sini, karena lembaga ini telah ada sejak ratusan tahun yang lalu dan menjadibagian tak terpisahkan dari sistem kehidupan sebagian besar masyarakat Islam Indonesia.

⁴⁵ Departemen Agama, *Pola Penyelenggaraan Pesantren Kilat, Pendidikan Singkat Ilmu Agama Islam*, (DITPEKA: Pontren Ditjen Kelembagaan Agama, 2003), 22-23

⁴⁶ Zulhimma, *Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren di Indonesia*, Jurnal Darul ‘Ilmi Vol. 01, No. 02 2013, hal. 171

Kelompok tradisional masih kental dengan tradisi dan adat setempat. Dalam hal pemahaman terhadap teks agama, mereka cenderung melakukan pendekatan kontekstual kultural. Karenanya tak heran bila tokoh Islam tradisional cenderung memilih beradaptasi, melakukan asimilasi, dan juga inkulturasi terhadap kebudayaan lokal, tidak lantas mencap *bid'ah* sebagaimana yang dilakukan oleh kaum modernis.

Kelompok tradisional atau pesantren salaf juga senantiasa lekat dengan khazanah Islam klasik yang lazim dikenal dengan *kitab kuning*. Kitab kuning ini menjadi sumber utama yang diaji dan dikaji di pesantren hingga saat ini. Adapun metode pembelajaran yang lazim diterapkan di pesantren adalah metode *bandhongan* dan *sorogan*. Dalam sistem *bandhongan*, santri tidak bisa berperan aktif dan hanya mendengarkan dan menuliskan apa yang disampaikan oleh kiai tanpa ada ruang untuk bertanya dan berdiskusi.⁴⁷

b. Pesantren Modern

Pesantren modern memiliki beberapa karakteristik diantaranya penguasaan bahasa asing (arab dan inggris), tidak ada pengajian kitab-kitab klasik (*kitab salaf*), kurikulumnya mengadopsi kurikulum modern sebagaimana yang telah diberlakukan di beberapa pesantren antara lain: Pesantren Modern Darussalam Gontor Ponorogo, Zaitun Solo, Daar al-Najah dan Daar al-Rahman Jakarta.

Model pesantren modern ini juga tidak terlepas dengan kelebihan dan kekurangannya. Kelebihannya antara lain: penekanan pada rasionalitas, orientasi pada masa depan, persaingan hidup dan penguasaan teknologi. Adapun kelemahannya: lemah dalam penguasaan terhadap khazanah klasik, bahkan mayoritas out put pesantren ini tidak mampu membaca kitab klasik (kitab

⁴⁷Muhammad Nihwan dan Paisun (Institut Ilmu Ke7islanan Annuqayah (INSTIKA) Sumenep), *Tipologi Pesantren (mengkaji system salaf dan modern)*, JPIK Vol. 2 No. 1, Maret 2019: 59-81. Hal 68-71

kuning) dengan standart yang telah ditetapkan dan diberlakukan di pesantren salafseperti penguasaan nahwu, sharaf, balaghah, arudl, mantiq, ushul dan qowaid.

c. Pesantren semi salaf-modern

Adalah pesantren yang berusaha untuk mengkolaborasikan antar sistem pesantren salaf dan pesantren modern, seperti pesantren Tebuireng dan Mathali'ul al-Falah Kajen. Adapun karakteristiknya adalah adanya pengajian kitab klasik (kitab salaf) seperti: taqrib, jurumiyah dan ta'limul mutaalim, ada kurikulum modern (seperti: bahasa inggris, fisika, matematika, manajemen dan sebagainya), mempunyai independensi dalam menentukan arah dan kebijakan, ada ruang kreatifitas yang terbuka lebar untuk para santri (seperti: keorganisasian, membuat buletin, majalah, mengadakan seminar, diskusi, bedah buku dan lain-lain).

Keberadaan pesantren modern dipandang dan diharapkan sebagai wahana untuk mencetak manusia yang sempurna (insan kamil). Namun disisi lain pesantren semi salaf-semi khalaf memiliki beberapa kelemahan antara lain: santri kurang menguasai secara mendalam tentang hasanah klasik, bergesernya keyakinan tentang term-term salaf yakni: barokah, kuwalat, zuhud, dan orientasiukrowi serta perjuangan masyarakat menjadi berkurang.

4. Tujuan Pondok Pesantren

Pesantren sebagai lembaga pendidikan mempunyai tujuan yang dirumuskan dengan jelas sebagai acuan program-program pendidikan yang diselenggarakannya. Profesor mastuh menjelaskan bahwa tujuan utama pesantren adalah untuk mencapai hikmah atau kebijaksanaan berdasarkan pada ajaran Islam yang dimaksud untuk meningkatkan pemahaman tentang arti kehidupan serta realisasi dari peran-peran dan tanggung

jawab sosial.⁴⁸

Pesantren adalah tempat melatih diri (riyadloh) dengan penuhkeprihatinan. Yang penting semua itu tidak menghalangi mereka untuk menuntut ilmu. Relevansi dengan jiwa kesederhanaan, maka tujuan pendidikan Pondok Pesantren adalah menciptakan dan mengembangkan kepribadian muslim, yaitu kepribadian yang beriman dan bertakwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, bermanfaat bagi masyarakat, sebagai pelayan masyarakat, mandiri, bebas dan teguh dalam kepribadian, menyebarkan agama atau menegakkan agama Islam dan kejayaan umat Islam di tengah- tengah masyarakat (izzul Islam wal muslimin) dan mencintai ilmu dalam rangka mengembangkan kepribadian Indonesia.⁴⁹

Adapun tujuan khusus Pondok Pesantren adalah sebagai berikut:

- a. Mendidik santri anggota masyarakat untuk menjadi orang muslim yang bertakwa kepada Allah SWT, berkhak mulia, memiliki kecerdasan, keterampilan dan sehat lahir batin sebagai warga Negara yang berpancasila.
- b. Mendidik santri untuk menjadi manusia muslim selaku kader-kader ulama yang mubaligh yang berjiwa ikhlas, tabah tangguh, wira swasta dalam mengamalkan ajaran Islam secara utuh dan dinamis.
- c. Mendidik santri agar menjadi tenaga-tenaga yang cakap dalam berbagai sector pembangunan, khususnya pembangunan mental spiritual.
- d. Mendidik santri untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam rangka usaha pembangunan masyarakat bangsa.⁵⁰

⁴⁸ Na'fi Dian Dkk, *Praksisi Pembelajaran Pesantren*, (Jakarta: Forum Pesantren, 2007), 49

⁴⁹ Masyhud Sulthon dan Moh. Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta: Diva Pustaka, 2003) 92-93

⁵⁰ Qomar Mujamil, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 7

Dari beberapa tujuan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan Pondok Pesantren berfungsi sebagai alat Islamisasi dan memadukan tiga unsure pendidikan yakni: 1) ibadah untuk menanamkan iman, 2) tabligh untuk menyebarkan ilmu dan 3) amal untuk mewujudkan kegiatan masyarakat sehari-hari.

5. Fungsi Pondok Pesantren

Dari waktu ke waktu fungsi pesantren berjalan secara dinamis, berubah dan berkembang mengikuti dinamika sosial masyarakat global. Betapa tidak, pada awalnya lembaga tradisional ini mengembangkan fungsi sebagai lembaga sosial dan penyiaran agama. Pada dasarnya fungsi utama pesantren adalah sebagai lembaga yang bertujuan mencetak muslim agar memiliki dan menguasai ilmu-ilmu agama secara mendalam serta menghayati dan mengamalkannya dengan ikhlas semata-mata ditujukan untuk pengabdianya kepada Allah. Dari waktu ke waktu fungsi pesantren berjalan secara dinamis, berubah dan berkembang mengikuti dinamika sosial masyarakat global. Pada awalnya lembaga tradisional ini mengembangkan fungsi sebagai lembaga sosial dan penyiaran agama. Azyumardi Azra menyebut ada tiga fungsi utama pesantren, yaitu 1) transmisi dan transfer ilmu-ilmu Islam, 2) pemeliharaan tradisi Islam dan 3) reproduksi ulama.

Dalam perjalanannya hingga saat ini, sebagai lembaga sosial, pesantren telah menyelenggarakan pendidikan formal baik berupa sekolah umum maupun sekolah agama (madrasah, sekolah umum dan perguruan tinggi). Di samping itu, pesantren juga menyelenggarakan pendidikan non formal berupa madrasah diniyah yang mengajarkan bidang-bidang ilmu agama saja. Pesantren juga telah mengembangkan fungsinya sebagai lembaga solidaritas sosial dengan menampung anak-anak dari segala lapisan masyarakat muslim dan memberi pelayanan yang sama kepada mereka, tanpa membedakan tingkat sosial ekonomi mereka.⁵¹

⁵¹ Masyhud Sulthon dan Moh. Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta: Diva Pustaka, 2003) 90-91

6. Kurikulum Pondok Pesantren

Kitab kuning yang sering disebut al-kutub al-qadimah, merupakan materi kurikulum utama dalam proses pembelajaran di Pondok Pesantren. Kitab kuning yang diaji di pesantren itu pada dasarnya adalah kitab-kitab yang materinya dianggap relevan dengan tujuan pesantren sendiri, yakni mendidik dan mengajarkan ilmu-ilmu agama Islam, sebagai upaya mewujudkan manusia yang tafaqquh fi al-din, memiliki keyakinan yang kuat dan memiliki kesadaran keberagamaan.

Kendati pola pendidikan yang diselenggarakan di pesantren cukup beragam, fungsi yang diemban pesantren tidak keluar dari itu. Kesamaan tersebut dapat dilihat dari jenis-jenis bidang aji (bidang kajian) yang diajarkan di pesantren. Hampir seluruh pesantren di tanah air mengajarkan bidang aji yang sama, yang dikenal dengan ilmu-ilmu keislaman.

Bidang kajiannya meliputi ilmu-ilmu syari'at dan non-syariat. Dari kelompok syari'at mencakup: ilmu fikih, tasawuf, tafsir, hadits, tauhid (aqaid), dan tarikh (terutama sirah nabawiyah, sejarah hidup nabi Muhammad SAW.). Dari kelompok ilmu non-syariat, yang banyak dikenal ialah ilmu alat; bahasa Arab, yang biasanya mencakup: nahwu atau sintaksis, sharaf atau morfologi, dan balaghah atau kitab-kitab lain yang mutlak diperlukan sebagai alat bantu untuk memperoleh kemampuan membaca dan memahami kitab kuning (kitab gundul).

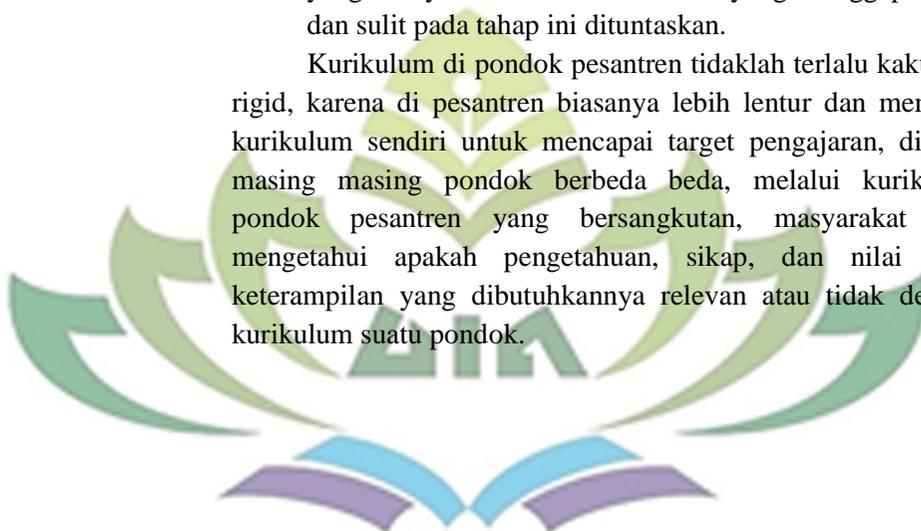
Kitab kuning dalam tradisi pesantren merupakan karya para ulama dalam menginterpretasikan al-Qur'an dan al-Hadis dan menjadi kitab yang dianggap memiliki nilai barokah jika dipelajarinya. Kitab ini layaknya guru yang paling sabar dan tidak pernah marah, harus dihormati dan dihargai atas jasanya yang telah banyak mengajar santri.

Kitab kuning sebagai sumber belajar santri disajikan dengan 3 pola yaitu kitab dasar (matn atau mukhtashar), kitab menengah (syarah atau mutawasithah) kitab besar (hasiyah atau muthawalah). Penyajian secara bertahap ini menurut Ibnu Khaldun sangat penting untuk mempermudah penerimaan

bahan ajar. Menurutnya ada tiga tahap dalam penyampain bahan ajar.

- a. Penyajian Global, Bahan ajar yang akan disampaikan berupa keterangan-keterangan yang besifat global berupa hal-hal pokok dengan memperhatikan potensi intelek dan kesiapan siterdidi
- b. Pengembangan (al-syarah wa al-bayan), Bahan ajar pada tahap ini berupa keterangan disertai ulasan ragam pandangan yang berkaitan dengan pokok bahasan
- c. Penyimpul-khasan (takhallus), Tahap terakhir materi disajikan secara lebih mendalam dan rinci dalam konteks yang menyeluruh. Semua masalah yang dianggap urgen dan sulit pada tahap ini dituntaskan.

Kurikulum di pondok pesantren tidaklah terlalu kaku dan rigid, karena di pesantren biasanya lebih lentur dan memiliki kurikulum sendiri untuk mencapai target pengajaran, dimana masing masing pondok berbeda beda, melalui kurikulum pondok pesantren yang bersangkutan, masyarakat bisa mengetahui apakah pengetahuan, sikap, dan nilai serta keterampilan yang dibutuhkannya relevan atau tidak dengan kurikulum suatu pondok.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari temuan data penelitian mengenai “Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Al-Hikmah dalam Meningkatkan Syi’ar Islam”, maka kesimpulan yang didapat ialah sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan Pondok Pesantren Al- Hikmah dalam Meningkatkan Syi’ar Islam yakni sesuai dengan teori Scoot M. Cutlip dalam buku *Effective Public Relations* mengemukakan bahwa perencanaan strategis dalam public relations terdiri dari:
 - a. Pada tahapan mendefinisikan problem ini adalah pencarian dan memvaliditasi data yang didapat secara langsung dilapangan atau yang dikirimkan oleh relawan santri ataumasyarakat.
 - b. Tahap perencanaan ini disimpulkan dengan cara menghadirkan program yang sesuai dengan data yang didapat, lalu membuat *campaign* terkait program tersebut guna berusaha mendapatkan dana dari sponsor, calon donatur ataupun donatur tetap sesuai dengan dana yang diajukan.
 - c. Tahapan komunikasi yang dilakukan yayasan masjid nusantara dengan cara melakukan konferensi pers, pemanfaatan media sosial, menggunakan *customer service*, juga dengan cara *visiting* atau bertemu dengan cara tatap muka secara langsung dengan tujuan agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik dan benar oleh pendengar dan mendapat respon langsung dari lawan bicaranya.
 - d. Tahapan evaluasi yang dilakukan dengan cara menanggapi respon yang diberikan publik. Respon yang diberikan akan menjadi pedoman untuk *public relations* dalam melakukan program yang akan dilakukan selanjutnya.

2. Faktor Penghambat dalam penerapan strategi *public relation* dalam meningkatkan Syi'ar Islam di Pondok Pesantren Al-Hikmah adalah karena adanya waktu yang bentrok serta factor kesalahan yang terjadi.

B. Saran

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan saran dengan adanya hasil penelitian ini maka penulis memberikan saran. Adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Selain menjaga hubungan dengan stakeholder yang memiliki kepentingan, pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung perlu meningkatkan dan menjaga komunikasi kepada masyarakat sekitar dengan mengadakan agenda yang melibatkan masyarakat sekitar pondok pesantren dan menjaga hubungan dengan wali santri guna keberlangsungan dan syiar islam di pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana di bidaang Humas supaya lebih efektif dalam mengoprasikan medianya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT, Citra Aditya Bakti. 2001
- Al-Balaqh: *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, Januari – Juni 2018, pp. 103-126
- Ami, Haedari. *Transformasi Pesantren*. Jakarta: Tranwancana Offset. 2006
- Amin, A. Rifqi. *Sistem Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Perguruan Tinggi Umum*. Yogyakarta: Deepublish. 2014
- Amirudin, Nawawi. *Pembaharuan Pendidikan Pesantren*. Yogyakarta: Gama Media. 2008
- Anggoro, M. Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008
- Ardianto, Elvinaro. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2014
- Ardiyansyah. *Islam Itu Ramah Bukan Marah*. Jakarta, PT. Gramedia. 2017
- Arifin, Antoni Ludfi. *Syiar, Doa, Ikhtiar Menuju Indonesia Emas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2021
- Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al Fath. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta Timur: Ar-risalah Al-alamiyah. 2010
- Aziz, Fathul Aminudin. *Manajemen Dalam Perspektif Islam Manajemen Islam Adalah Ruang dan Waktu Niat, Iktiar dan Tawakal*. Cilacap: Pustaka El Bayan. 2017
- Binti, Maunah. *Tradisi Intelektual Santri*. Yogyakarta: Teras Komplek Polri. 2009
- Choirul Fuadi dkk. *Model Pengembangan Ekonom Pesantren* Purwokerto: Unggun Religi. 2010
- Darussalam, Ghazali. *Dinamika Ilmu Dakwah Islamiah*, Cet. I. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors. 1996

- Damopolii, Muljono. *Pesantren Modern IMMIM Pencetak Muslim Modern*. Jakarta : Rajawali Pers. 2011
- Departemen Agama. *Pola Penyelenggaraan Pesantren Kilat, Pendidikan Singkat Ilmu Agama Islam*. DITPEKA: Pontren Ditjen Kelembagaan Agama. 2003
- Dian, Na'fi Dkk. *Praksisi Pembelajaran Pesantren*. Jakarta: Forum Pesantren. 2007
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, cet. Ke-2. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2007
- Habib, M. Syafaat. *Buku Pedoman Dakwah*. Jakarta: Wijaya. 1981
- Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila. 2013
- Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2019
- Jamaluddin, *Syar Islam Dalam Masyarakat Suku Talang Mamak*. Riau: CV Asa Riau. 2014
- Jefkins, Frank. *Public Relations, edisi kelima*, alih bahasa. Haris Munandar. Jakarta: Erlangga. 2004
- Kennedy , John E. & R. Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer. 2009
- Kriyanto, Rachmad. *Public Relation Writing*. Jakarta : Kencana. 2012
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Medi, Public Relations, Adversiting, Komunikasi Organisasi Pemasaran*. Jakarta Kencana Pranamedia Group. 2006
- Morissan. *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: RamdinaPerkasa. 2006
- Mujamil, Qomar. *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, Jakarta: Erlangga. 2005

- Munsiy, Abd. Kadir. *Metode Diskusi Dalam Dak'wa*. Surabaya: al-ikhlas. 1981 Naburko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2010
- Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga. 2007
- Ridwan, Nasir. *Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT. Grasindo. 2002
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2003
- Saleh, Abd. Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*, cet. II. Jakarta: Bulan Bintang. 1986
- Satori, Djam'an dan Aan komariah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta Bandung. 2009
- Sasono, Adi. *Solusi Islam Atas problematika Umat*. Jakarta : Gema Insan Press. 1998
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0*. Jakarta: Gramata Publishing. 2011
- Subagyo, P. Joko *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2015
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010
- Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah*. Bandung: PR Remaja Rosdakarya. 2014
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV. Alfabeta. 2010
- Sulthon, Masyhud dan Moh. Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka. 2003
- Suma, Muhammad Amin. *Tafsir Al-Amin Bedah Surah Al-Maidah*,. Jakarta: Amzah,. 2021

- Suprayogo, Imam dan Tobrani. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003
- Surachman, Winarno *Pengantar Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta. 2001
- Tika, Pabunda. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006
- Waridah, Ernawati SS. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bmedia. 2017
- Wahid, Abdurrahman. *Pesantren Masa Depan*. Bandung: Pustaka Hidayah. 199
- Widjaja, H.A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi aksara. 2008
- Yulianita, Neni. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (LPU) Lembaga Penelitian dan Pengabdian. 2007
- Zamakhsyari, Dhofier. *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: sLP3ES. 1985

Karya Ilmiah

Aula, Reni. *Eksistensi Masjid dalam meningkatkan Syiar Islam di Masjid Baitul Makmur Si Alang Baru Pekan Baru, Riau*. Universitas Islam Malang Fakultas Agama Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam

Idapurnawati, *Peran Anregurutta (AG) H. Abdurrahman Ambo Dalle Dalam Mengembangkan Syiar Islam, Skripsi Prodi Sejarah Peradaban Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (IAIN) Parepare, 2019*

Muhammad Nihwan dan Paisun (Institut Ilmu Ke7islaman Annuqayah (INSTIKA) Sumenep), *Tipologi Pesantren (mengkaji system salaf dan modern)* , JPIK Vol. 2 No. 1, Maret 2019: 59-81

Zulhimma, *Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren di Indonesia*, Jurnal Darul ‘Ilmi Vol. 01, No. 02 2013