

**STRATEGI HUMAS PONDOK PESANTREN AL-LUQMANYAH
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN AWARENESS
PUBLIK EKSTERNAL
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Masyarakat Desa Kalangan
Umbulharjo Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

**ANIQOH
08730102**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Aniqoh
Nomor Induk : 08730102
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini tidak terdapat rekayasa yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil akhir/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, Juni 2015

Yang menyatakan,



Aniqoh

NIM. 08730102



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/953 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI HUMAS PONDOK PESANTREN AL-LUQMANIYYAH YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN AWARENESS PUBLIK EKSTERNAL (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Masyarakat Desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Aniqoh
NIM : 08730102

Telah dimunaqosyahkan pada : Senin, tanggal: 03 Agustus 2015
dengan nilai : 81,66 (B+)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Mokhammad Mahfud, S.Sos.I.,M.Si
NIP.19770713 200604 1 002

Penguji I

Diah Ajeng Purwani, S.Sos.,M.Si
NIP.19790720 200912 2 001

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP.,MA
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 21-8-2015
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



DEKAM
Kamsi, MA
NIP. 207 198703 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Aniqoh
NIM : 08730
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI HUMAS PONDOK PESANTREN AL-LUQMANIYYAH
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS* PUBLIK
EKSTERNAL**

**(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Masyarakat Desa Kalangan Umbulharjo
Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, Agustus 2015

Pembimbing

Mokhammad Mahfud, M.Si

NIP : 49770713 200604 1 002

MOTTO

“...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum kaum tersebut mengubah keadaan mereka sendiri....” (A-Rad : 11)

Dihadapn-Nya aku merasa berada dalam tingkah jer, aku ingin berada lebih tinggi dari itu, walau tak mungkin berada dalam tingkah rofa', paling tidak aku ingin mendapat keadaan nasab, sebelum Allah menjazamkan seluruh kesempatanku.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk almamater penulis :

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam Meningkatkan *Awareness* Publik Eksternal (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Desa Kalangan Umbulharjo)”. Peneliti menyadari betul bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

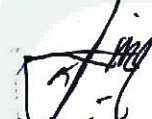
1. Bapak Dr. Kamsi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bono setyo, M.Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Fatma Dian Pratiwi, M.Si selaku dosen pembimbing akademik, terimakasih atas bimbingannya selama ini.
4. Bapak Mokh. Mahfud, S.Sos.I.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan pengarahan dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosia dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Ibu Nyai Hj. Siti Khamnah Najib selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta. Terimakasih atas do'a, nasihat dan penjagaan jiwa dan raga yang telah diberikan kepada penulis.
7. Para Ustadz dan Ustadzah Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, yang telah berbagi ilmunya dengan ikhlas, semoga keberkahan selalu dilimpahkan untuk kalian semua.
8. Pengurus putra dan pengurus putri Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta. Terimakasih atas ijin dan kerjasamanya selama ini..
9. Kang Edie Irawan Rojak selaku kordinator umum LPM, Kang Mahfudin selaku wakil LPM yang telah memberikan informasi tentang LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah.
10. Bapak Suhadi selaku ketua RT 48, Ibu tri Rejeki selaku ketua pengajian ibu-ibu Ar-Rohmah, Bapak Sunaryo dan Bapak Hari Bowo.
11. Bapak dan Mamak tersayang. Tiada kata terindah yang dapat mengungkapkan keindahan cinta yang kalian berikan kepada penulis. Perjuangan, pengorbanan, dan dukungan baik moral, material maupun spiritual. Dengan apakah penulis dapat mengembalikan semua itu, penulis tidak punya keindahan yang sama nilainya dengan semua itu, hanya kesholihahan yang ingin penulis pertahankan untuk bapak dan mamak.
12. Mas Ubayd, Aim, Rohman dan Rifi, kalianlah semangat hidupku. Tetaplah bersemangat mencari ilmu, jadilah tauladan disekitar kalian.

13. Kang Arif Siswanto, Kang Aziz, Kang Syukron, Kang Nadzor, Mbak Imas, Mbak Ifah, Dek Isya, dan anggota gang6star (isoh, qori, muti, bela, tika, evin, beti, isna, ida, amel, dwi, nurul, atul, aya), tahun yang luar biasa dengan kalian, semoga kekeluargaan kita berlanjut ditahun-tahun berikutnya.
14. Segenap crew LCC. Terimakasih atas bantuannya selama ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima disisi Alloh SWT, dan mendapat limpahan rahmatNya. Amin.

Yogyakarta, Juli 2015
Peneliti,



Aniqoh
NIM.08730102

ABSTRACT

This research is done considering the lack of awareness in social environment to the existence of Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta. The aims of this research are to identify the plan of public relation's strategy of Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah in improving the external public awareness, in this case, social environment, and to identify the problems in implementing the strategy.

This research uses descriptive qualitative method in analyzing the social environment of Kalangan Umbulharjo Yogyakarta. The subject of this research is LPM (Lembaga Pengabdian Masyarakat) as public relation of Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah. Meanwhile, the object of this research is the plan of public relation strategy of Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah in improving the awareness of social environment in Kalangan, Umbulharjo, Yogyakarta. The methods of collecting data of this research are observation, deep interview and documentation. The data analyzing technique which is used in this research are reducing the data, displaying the data, drawing the conclusion and verifying the data. The data validity method used is source triangulation technique by comparing the result of analyzing the data with the result of interview and checking every informants with the data taken from the observation and related documents.

Based on the analysis of public relation strategy plan in Pondok Pesantren AL-Luqmaniyyah, it is found three primary programs which are remained in handling the problem of awareness in social environment, they are society's routine program, incidental program, and program of self-sufficient village. The problem of LPM in running the duty as public relation of Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah is the character of social environment which is dominated by urban society that is individual and busy with their own business. The other problems are financial problem and the lack of public relation expert in Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah.

Keywords : Plan of Public relation Strategy, Awareness, LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah

DAFTAR BAGAN

1.1 Struktur Organisasi Pengurus Putra dan Putri Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta.....	34
1.2 Agenda Lembaga Pengabdian Masyarakat Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam satu tahun.....	82



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.	vi
KATA PENGANTAR.	vii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.	Xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Telaah Pustaka.	7
E. Landasan Teori.	12
F. Metode Penelitian.	24

BAB II: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis.....	31
-------------------------	----

B. Gambaran Umum Humas Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah Yogyakarta.....	32
BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Perencanaan Strategi Humas (LPM) Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah Yogyakarta.....	50
B. <i>Awareness</i> Public Eksternal (Masyarakat Desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta).	69
BAB IV : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.	77
DAFTAR PUSTAKA.	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren, jika disandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia, merupakan sistem pendidikan tertua saat ini. Pendidikan ini semula merupakan pendidikan agama Islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat Islam di Nusantara pada abad ke-13 (Sulthon & Khusnurdilo, 2003:1).

Perspektif historis tersebutlah yang menempatkan pondok pesantren pada posisi yang cukup istimewa dalam khazanah perkembangan sosial budaya masyarakat Indonesia. Adanya posisi penting yang disandang pondok pesantren menuntutnya untuk memainkan peran penting pula dalam proses sosial, baik melalui potensi pendidikan maupun potensi pengembangan masyarakat yang dimilikinya. Oleh karenanya saat ini banyak sekali pondok pesantren yang mencoba untuk melakukan pembenahan-pembenahan dibidang fisik maupun nonfisik untuk menunjang kinerja pesantren yang dianggap punya peran penting dimasyarakat.

Dalam melakukan sosialisasi dan interaksi dengan pihak-pihak yang terkait, pondok pesantren melaksanakan komunikasi dua arah yang dibangun oleh pondok pesantren dengan publik baik internal maupun eksternal, selain demi menunjang tercapainya visi dan misi pondok pesantren, hal ini juga

berkenaan dengan penanaman kepercayaan dari masyarakat kepada pondok pesantren.

Terkait dengan hal tersebut, beberapa pondok pesantren sudah membentuk badan pengurus sebagai “*lembaga payung*” yang khusus mengelola dan menangani kegiatan-kegiatan pesantren yang berhubungan dengan masyarakat, misalnya pengajian majelis ta’lim, kerumahtanggaan, kehumasan dan lain sebagainya yang nantinya akan mengurus berbagai urusan dengan masyarakat baik internal maupun eksternal yang biasa disebut dengan humas (hubungan masyarakat). Selain itu, hubungan masyarakat pada dasarnya merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan setiap lembaga.

Humas menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan adanya peranan humas yang begitu berarti terhadap kesuksesan dan kegagalan dalam pencapaian visi dan misi sebuah lembaga. Di Indonesia sendiri istilah humas sudah memasyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dengan penggunaan divisi humas pada setiap elemen masyarakat baik organisasi, LSM, perusahaan, sekolah, pondok pesantren, lembaga pemerintah maupun lembaga swasta. Hubungan masyarakat adalah pondasi awal di sebuah lembaga, yang akan membentuk *image* orang terhadap lembaga tersebut, dalam hal ini perlu adanya strategi program kerja humas.

Dalam humas dibutuhkan perencanaan strategi yang dapat menunjang kinerjanya. Strategi merupakan suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan dalam operasionalnya (Ruslan, 2002: 31). Strategi adalah

bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan, 1998:132).

Dengan demikian strategi merupakan langkah awal dalam melakukan suatu tindakan, agar kegiatan tertata dengan rapi dengan manajemen yang terencana untuk menghindari kesalahan-kesalahan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan cara mencapai tujuan jangka panjang dari sebuah lembaga yang ditentukan berdasarkan hasil analisis situasi dan riset yang dilakukan dengan menggunakan sebuah aksi tertentu dengan alokasi sumber daya yang diperlukan. Tanpa adanya strategi maka tujuan jangka panjang suatu lembaga tidak dapat dicapai dengan sendirinya.

Demikian pula dengan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta merupakan pondok pesantren salaf yang terletak di tengah-tengah masyarakat perkotaan yang menurut Louis Wirth masyarakat perkotaan mempunyai karakteristik tersendiri yaitu lebih membatasi dirinya sendiri agar tidak terlalu banyak hubungan yang bersifat pribadi, serta kebanyakan hubungan orang-orang kota digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu saja (Menno & Alwi, 1992:34).

Seperti lembaga pendidikan lain, Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta menjalankan peranannya sesuai dengan visi misi yang telah disepakati bersama. Di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta sendiri telah menjalankan manajemen kependidikan yang disesuaikan dengan

kebutuhan santri agar bisa menghadapi tantangan zaman, tidak hanya mengkaji kitab-kitab klasik dan kontemporer saja, akan tetapi juga belajar berbagai ilmu tentang bagaimana berhubungan dengan masyarakat, kewirausahaan dan masih banyak yang lainnya, baik pembelajaran secara langsung maupun tidak langsung.

Kaitannya dengan kegiatan kehumasan di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta, Pondok Pesantren membagi tugas kehumasan menjadi dua yaitu yang berhubungan dengan publik internal dan yang berhubungan dengan publik eksternal. Adapun pihak yang berhubungan dengan publik internal pondok pesantren diantaranya adalah DP (Dewan Pendidikan) bertugas menentukan sistem pembelajaran yang akan diberlakukan di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, MPO (Majlis Pertimbangan Organisasi) sebagai pengawas semua kegiatan yang ada didalam Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, PH (Pengurus Harian) bertugas mengatur jalannya peraturan yang diberlakukan di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

Pihak yang berhubungan dengan publik eksternal yaitu LPM (Lembaga Pengabdian Masyarakat). Adapun tugas LPM diantaranya adalah mengatur pengajian rutin malam selasa yang diikuti oleh jama'ah dari luar Pondok Pesantren, menyalurkan tenaga kerja santri di kampung-kampung atau di perumahan warga yang ditugaskan sebagai ustadz, menghadiri undangan tahlilan ataupun sholawatan, tugas selanjutnya yaitu mengadakan temu warga

apabila Pondok Pesantren melakukan hajjat besar seperti haflah dan lain sebagainya.

Seharusnya dengan adanya pihak-pihak yang telah dibentuk oleh Pondok Pesantren, interaksi yang terjalin baik dengan publik internal maupun publik eksternal bisa berjalan dengan baik dan maksimal. Akan tetapi fenomena yang terjadi khususnya di masyarakat sekitar, tentang kesadaran dan kepedulian terhadap keberadaan Pondok Pesantren masih sangat minim, terbukti dengan hanya sebagian kecil saja masyarakat desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta yang mengetahui adanya Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, sementara masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah tidak serta merta memberikan *feedback* yang baik terhadap adanya pondok pesantren tersebut.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa, masih kurangnya *awareness* (kesadaran) publik eksternal terhadap keberadaan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah. Menjadi suatu keharusan bagi Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah untuk melaksanakan komunikasi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif, komunikasi humas ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada publik eksternal dengan menggunakan berbagai macam kegiatan, dengan harapan agar dapat menghasilkan tiga tahapan perubahan, yaitu perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki. Perubahan pengetahuan dari publik eksternal tersebut merupakan tahapan awal dari sebuah proses komunikasi dan termasuk ke dalam efek kognitif yaitu tahapan *awareness* (kesadaran) akan

keberadaan Pondok Pesantren. Dengan meningkatnya *awareness* ini, diharapkan publik eksternal dalam hal ini masyarakat di sekitar pondok pesantren Al-Luqmaniyyah dapat berpartisipasi aktif pada kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pondok pesantren, dan memiliki kepedulian terhadap keberadaan pondok pesantren.

Dari uraian di atas itulah, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terkait dengan strategi humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam meningkatkan *awareness* (kesadaran) publik eksternal terutama di lingkungan pondok pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta dalam Meningkatkan *Awareness* Publik Eksternal di Desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam meningkatkan *awareness* publik eksternal di desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi tersebut.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi yang akan digunakan sehingga hubungan sosial kemasyarakatan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta dengan masyarakat di desa Kalangan dapat berjalan dengan baik dan sebagai bahan evaluasi bagi LPM maupun pengurus untuk lebih meningkatkan performanya dalam menciptakan hubungan yang seimbang antara publik internal dan eksternal.

b. Manfaat Akademis

Memberikan informasi kepada pembaca, mengenai strategi yang dilakukan oleh Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta dalam melakukan hubungan dengan publik eksternal.

D. Telaah Pustaka

Dari penelusuran kepustakaan, penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang sejenis sebagai bahan rujukan dan pembanding, diantaranya yaitu:

Enopita Andriani, mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2003) Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam dalam skripsinya *“Peranan Divisi Humas Dalam Pengembangan Dakwah di Pondok Pesantren Daarut Tauhid Gegerkalong Bandung”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran yang telah dilaksanakan oleh

divisi Humas Pondok Pesantren Daruut Tauhid Gegerkalong Bandung dalam pengembangan dakwah melalui media, metode, dan materi dakwah.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan (1) Pengembangan dakwah melalui divisi Humas menggunakan semua bentuk media baik media elektronik maupun media massa dapat tercapai secara efektif dan efisien sehingga kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan target. (2) Pengembangan dakwah terhadap pihak internal meliputi kegiatan pengajian dan kegiatan shalat berjamaah di masjid, dan pengembangan dakwah dengan pihak eksternal yaitu dengan mengadakan hubungan dengan pers, pemerintah, jamaah, warga sekitar, dan lembaga-lembaga pendidikan. (3) Faktor yang sangat berpengaruh dalam kegiatan pengembangan dakwah adalah kerja sama yang baik antar anggota.

Persamaan dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti peran divisi Humas lembaga yang berbasis kepesantrenan. Perbedaannya, pada penelitian saudari Enopita Andriani objek penelitiannya adalah masyarakat eksternal (secara keseluruhan) yang meliputi lingkungan pondok pesantren dan masyarakat luas. Sedangkan dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah publik eksternal, akan tetapi lebih khusus yaitu hanya sebatas di lingkungan pondok pesantren saja.

Nurliana Sari, mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2009) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Prodi Ilmu Komunikasi dalam skripsinya yang berjudul "*Strategi Humas Rumah Sakit Islam Klaten dalam*

Membentuk Citra Pelayanan Kesehatan". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memaparkan dengan jelas strategi yang digunakan oleh Humas Rumah Sakit Islam (RSI) Klaten dalam meningkatkan citra pelayanan kesehatan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan (1) Dalam menjalankan programnya, humas Rumah Sakit Islam Klaten bekerja sama dengan unit-unit (*team work*) lain, dan juga humas harus mampu meyakinkan pihak manajemen dalam proses perencanaan program dan kegiatan baru agar pihak direksi menyetujui, sehingga program dapat terselenggara. (2) Perencanaan strategi humas RSI Klaten menerapkan strategi *Public Relations* yang mendasar yakni terdiri dari mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi serta pengevaluasian program. (3) Strategi humas RSI yang dijalankan bertujuan untuk membentuk citra positif di masyarakat, lebih mengenalkan program-program dan produk-produk layanan RSI ke publik dan mengenalkan institusi kepada publik. (4) Menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan jurnalis media massa (*Press Relations*) dengan melancarkan publikasi dalam rangka untuk mengenalkan RSI. (5) Pembentukan citra dilakukan melalui pendekatan tanggung jawab sosial yang setiap tahunnya mengadakan bakti sosial dan event yang tidak terduga, dan juga melalui survey kepuasan pelanggan.

Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan juga meneliti strategi Humas yang diterapkan di

masing-masing lembaga. Perbedaannya, saudari Nurliana Sari meneliti bagaimana strategi Humas berpengaruh terhadap pembentukan citra, sedangkan dalam penelitian ini perencanaan strategi humas dalam meningkatkan *awareness*.

Amalia Nasrul Insani, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Prodi Ilmu Komunikasi dalam skripsinya "*Peran Humas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Yogyakarta dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat melalui Media Relations (Studi Deskriptif Kualitatif Program Acara Talkshow "Dialog Interaktif" di Jogja TV)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Humas KPID Yogyakarta dalam meningkatkan *awareness* melalui *media relations* melalui program acara *talkshow* "Dialog Interaktif" di Jogja TV.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan audio-visual. Hasil dari penelitian adalah humas KPID Yogyakarta memiliki peran yang penting yakni secara *expert prescriber* yang dimana humas KPID Yogyakarta membantu manajemen untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut. Usaha humas adalah menjalin hubungan baik dengan media sehingga ada kerjasama program televisi "Dialog Interaktif" sebagai bentuk cara humas dalam meningkatkan *awareness*. Peran humas KPID Yogyakarta sebagai *comunication facilitator* yaitu humas mendengarkan keluhan kesah masyarakat melalui telepon interaktif dalam acara "Dialog Interaktif". Kemudian peran

humas sebagai *problem solving process facilitator* yaitu sebagai fasilitator antara masyarakat dengan KPID Yogyakarta, komplain masyarakat diterima oleh humas kemudian disampaikan kepada bidang isi siaran televisi dan dicari pemecahan masalah secara bersama.

Upaya pembentukan *awareness* melalui media relations ini, agar masyarakat mempunyai bentuk penyadaran diri akan tayangan televisi yang telah melanggar etika ataupun kurang mendidik, dengan begitu masyarakat menjadi pengontrol didalam keluarganya. Hal ini untuk membentuk suatu tayangan televisi di Indonesia menjadi lebih baik. Selain itu mengajak masyarakat untuk melek media.

Persamaan antara peneliti dengan Amalia Nasrul Insani adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan melakukan penelitian terkait peningkatan *awareness*. Perbedaan antara peneliti dan Amalia Nasrul Insani adalah dalam metode pengumpulan data. Pada penelitian Amalia metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan audio-visual, sedangkan peneliti hanya menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi saja. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia terkait peningkatan *awareness* masyarakat yang dilakukan oleh sebuah stasiun televisi lokal melalui suatu program acara talkshow yaitu “Dialog Interaktif” sedangkan peneliti melakukan penelitian strategi humas dalam meningkatkan *awareness* publik eksternal di desa Kalangan Umbulharjo Yogyakarta.

E. Landasan Teori

1. Humas (Peran, Model, Fungsi dan Tujuan Humas)

Humas atau *public relations* memiliki banyak sekali pengertian, para pakar komunikasi di seluruh dunia juga mencoba untuk memberikan definisi yang mudah dipahami, diantaranya yaitu para pemraktek hubungan masyarakat sedunia yang terhimpun dalam *The International Public Relations Assosiation* bersepakat untuk merumuskan sebuah definisi yang diharapkan dapat diterima semua pihak. Definisinya adalah sebagai berikut:

“Public Relations is management funtion of a continuing and planne, character, through wich public and private organizations and institution seek towin and retain understanding, sympathy and support of those with whom they are or may be concerned – by evaluating public opinion about them selves, in order to corelate as for as possible, their own policies and procedure to achiev, by planned and widesspread information, more productive cooperation and more efficient fulfillment of their common interest.”

(Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari budi yang berkesinambungan dan berencana, dengan nama organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi yang berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya – dengan menilai pendapat umum diantara mereka dengan tujuan sedapat mungkin dengan menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerjasama yang lebih produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi yang berencana dan tersebar luas) (Effendy, 2005, hal.134).

Kita hidup pada zaman dependensi (ketergantungan) dimana kita semua semakin saling menaruh kepercayaan demi pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ekonomi, sosial dan spiritual. Hal ini jelas bertentangan dengan

situasi yang terjadi beberapa waktu lalu yang ketika orang-orang pada umumnya bersikap cukup diri, menyediakan semuanya mulai dari kebutuhan primer, sekunder sampai kepada tersier secara sendiri.

Masyarakat kita yang semakin kompleks dengan masalah-masalah mereka, sekarang mereka bergantung pada orang lain dalam mencapai tujuannya. Orang-orang bergantung pada perkumpulan guna kepuasan sosial, pada gereja dan masjid untuk bimbingan spiritualnya.

Humas merupakan suatu subjek yang relatif masih baru, yang menimbulkan konsep dimana kita tidak menemukan konsensus pendapat sepenuhnya atas definisi yang dirasakan tepat untuk istilah tersebut. Penggunaan istilah humas yang semakin luas dan serampangan cenderung mangaburkan arti yang sebenarnya bagi masyarakat pada umumnya.

Ada sejumlah definisi lain mengenai humas diantaranya yaitu yang diberikan oleh *Public Relations News*: “Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik (Moore,2004:6).

Dengan diterimanya definisi di atas, dapat dinyatakan bahwa humas terdiri atas empat unsur. Pertama, humas merupakan filsafat manajemen yang bersifat sosial, kedua, humas adalah suatu pernyataan tentang filsafat tersebut tentang keputusan kebijaksanaan, ketiga, humas

adalah tindakan akibat kebijaksanaan tersebut dan keempat, humas merupakan komunikasi dua arah yang menunjang arah penciptaan kebijaksanaan ini kemudian menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, atau mempromosikan kepada publik sehingga memperoleh saling pengertian dan itikad baik (Moore,2004:6-7).

Peranan *Public Relations* dalam suatu organisasi menurut Dozier & Broom (dalam Ruslan, 2003:20-21), yaitu terdiri dari:

a. Kemampuan Manajerial

Adapun peranan *Public Relations* yang memiliki kemampuan manajerial adalah sebagai berikut:

1) Penasehat Ahli (*Expert Prescribe*)

Hubungan praktisi *Public Relations* dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau diusulkan oleh praktisi *Public Relations* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan publiknya, dan juga dituntut untuk mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada

publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, percaya, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3) Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

b. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Peran *communication technician* ini menjadikan praktisi public relations sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam sebuah organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan. Arus atau media komunikasi yang dipergunakan, baik dari pimpinan dengan bawahan ataupun dari bawahan ke tingkat atasan akan berbeda.

James E. Gruning mengemukakan ada empat model *Public Relations* yaitu model agen pemberitaan, model informasi publik, model asimetris dua arah, dan model simetris dua arah. Tiga model pertama merefleksikan sebuah praktik *Public Relations* yang berusaha mencapai tujuan organisasi melalui persuasi. Model yang keempat berfokus pada

usaha menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan publik atau kelompok lain.

Agen pemberitaan (*press agency*) adalah sebuah model di mana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Berbeda dengan agen pemberitaan yaitu informasi publik, tujuan utama dari model ini adalah untuk memberikan informasi kepada publik dan bukan untuk promosi dan publisitas, namun alur komunikasinya masih tetap satu arah.

Model asimetris dua arah memandang *Public Relations* sebagai kerja persuasi ilmiah. Model ini menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektifitas persuasi dari pesan yang disampaikan. Dan yang terakhir adalah model simetris dua arah yang menggambarkan orientasi *Public Relations* di mana publik dan organisasi saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi.

Model-model komunikasi bagi *Public Relations* dapat dipergunakan dengan model yang berbeda untuk tujuan berbeda dan dalam situasi yang berbeda pula secara tepat serta efektif, baik untuk tujuan penelitian maupun kegiatan secara praktikal (Ruslan, 2006:105). pemilihan model yang tepat tergantung dari struktur sebuah organisasi dan bagaimana kondisi lingkungan dimana organisasi tersebut bertindak.

Secara turun temurun fungsi *Public Relations* dapat digambarkan sebagai pengontrol publik, mengarahkan apa yang dilakukan oleh orang

lain dalam rangka memuaskan kebutuhan organisasi, merespon publik, mereaksi pengembangan masalah, mencapai hubungan yang saling menguntungkan antara publiknya melalui hubungan yang harmonis.

Fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik itu internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat/opini publik yang menguntungkan bagi organisasi.

Fungsi humas yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip dan Alen Center yang kemudian dikutip dan diterjemahkan oleh Onong Uchjana memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga suatu kebijaksanaan beserta keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.
- b. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publiknya.
- c. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasional organisasi.

Fungsi humas tidak terpisahkan dengan fungsi kelembagaan. Sehingga fungsi humas dalam lembaga pendidikan bersifat melekat pada manajemen organisasi di institusi tersebut. Jelasnya bagaimana humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah (timbang balik) antara lembaga pendidikan dengan publik (masyarakat). Fungsi-fungsi manajemen humas dalam kegiatan pada lembaga pendidikan antara lain (Nasution,2010:23) :

- a. Mampu sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (komunikasi tatap muka) dan tidak langsung (melelui media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik internal (dosen/guru, karyawan dan mahasiswa).
- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasikan lembaga pendidikan. Dalam hal ini humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik internal dan publik eksternal, seperti : menyampaikan informasi kepada pers dan promosi.
- c. Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikan.

Sedangkan tujuan utama dari Humas (*Public Relations*) menurut Rosady Ruslan yaitu mengembangkan atau membangun hubungan yang baik, tidak hanya dengan pers, tapi dengan berbagai pihak luar atau kalangan terkait". jadi tujuan Humas (*Public Relations*) itu sendiri adalah memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain (Ruslan, 1995:39)

3. Strategi Humas

Kata 'strategi' adalah turunan dari kata dalam Bahasa Yunani yaitu *stretegos* yang diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Stephen Robins (1990), mendefinisikan strategi sebagai berikut:

“The determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of course of action and the allocation of resources necessary for carrying out this goals”

yaitu penentuan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Morissan,2010:152).

Menurut Cutlip-Center-Broom perencanaan strategi bidang humas meliputi kegiatan:

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*)
- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan

Dalam hal ini harus terdapat hubungan yang erat dengan seluruh tujuan program yang sudah ditetapkan, khalayak yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih. Hal terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan dan sasaran yang sudah ditetapkan.

Strategi tindakan (*action strategy*) merupakan penggerak utama program humas, namun pada umumnya strategi tindakan bersifat tidak tampak atau tidak mudah dikenali oleh pihak luar. Strategi merupakan rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Dan lebih terperinci lagi Cutlip dan Center dalam (Kasali, 2003:82) mengatakan seorang *Public Relations* harus memiliki perencanaan untuk melaksanakan strateginya, diantaranya yaitu:

a. Mendefinisikan Permasalahan

Humas harus mengenal situasi dan penyebabnya. Pada tahap ini ditentukan "*What's happening now?*", hal ini dilakukan setiap saat secara berkelanjutan, tidak hanya pada saat krisis.

b. Perencanaan dan Pemrograman

Hal ini penting bagi praktisi humas untuk menemukan penyebab timbulnya permasalahan untuk kemudian menentukan langkah-langkah yang akan diambil sebagai jalan untuk memecahkan masalah tersebut, langkah-langkah tersebut dirumuskan dalam bentuk rencana dan program. Tahap ini akan menjawab atas pertanyaan "*What should we do and why?*".

c. Aksi dan Komunikasi

Merupakan bagian yang sangat penting, di mana seorang praktisi humas melakukan tindakan dari langkah-langkah atau rencana dan program yang telah mereka buat sebelumnya. Tahap ini akan menjawab dari pertanyaan "*How do we it and say it?*".

d. Pengevaluasian Program

Untuk mengetahui apakah proses dalam penyelesaian masalah tersebut berhasil atau tidak maka perlu diadakan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil. Tahap ini menjawab pertanyaan “*How did we do?*”.

Untuk melaksanakan pekerjaan Hubungan Masyarakat diperlukan pula metode yang dibagi dalam beberapa tahap atau tingkatan. Pada dasarnya proses Humas haruslah sejalan dengan proses komunikasi yang di dalamnya melibatkan sumber, pesan, media yang digunakan, penerima, umpan balik (*feedback*) dan efek.

4. *Awareness*

Kalau diartikan didalam bahasa Indonesia *awareness* berarti kesadaran. Pemahaman mengenai kesadaran menjadi sangat penting karena disamping mengenai definisi dan deskripsi kesadaran, sangat diperlukan keseragaman metode sehingga didapatkan cara yang objektif dalam menentukan tingkat kesadaran. Apa yang disebut sebagai kesadaran seringkali diartikan sebagai suatu sikap dan tanggapan makhluk hidup terhadap lingkungannya.

Definisi kesadaran sendiri sulit dibatasi dengan jelas atau merinci secara kuantitatif, mengingat bahwa penilaian tingkat kesadaran diperoleh berdasarkan kesan pengamatan pada sikap dan tingkah laku subyek semata, seta juga sering kali faktor psikologis subyek ikut berpengaruh.

Atkinson dan Rita L, dkk (1983: 250) dalam buku pengantar psikologi, *Self Awareness* (kesadaran diri) adalah perhatian yang berlangsung ketika seseorang mencoba memahami keadaan internal dirinya. Prosesnya berupa semacam refleksi dimana seseorang secara sadar memikirkan hal-hal yang dialami berikut emosi-emosi mengenai pengalaman tersebut. Kesadaran sama artinya dengan mawas diri (*Awareness*), namun seperti apa yang dilihat, kesadaran juga mencakup persepsi dan pemikiran yang secara samar-samar disadari oleh individu hingga akhirnya perhatian terpusat.

Terdapat dua perbedaan besar antara dua macam yang menunjukkan sifat jaga biasa: *Kesadaran Pasif*, dimana seseorang bersikap menerima apa yang terjadi pada saat itu dan *Kesadaran Aktif*, yang menitikberatkan pada inisiatif dan mencari atau merencanakan berbagai kemungkinan di masa depan (Atkinson dan Rila L, dkk, 1983: 250).

5. Publik Eksternal dalam Humas (hubungan masyarakat)

Lawrence W. Nalte dalam sebuah bukunya *Fundamental of Public Relations* menafsirkan 'publik' sebagai semua yang berminat atau merasakan pengaruh dari suatu organisasi, dimana pendapat dan dukungan yang diberikan juga dirasakan oleh pihak yang memberikan pengaruh (Hamdan dan Hafied, 1996: 146).

Pendapat yang serupa dikemukakan oleh Cutlip dan Center dalam bukunya *Effective Public Relations* yang menegaskan bahwa publik adalah

kelompok-kelompok orang yang sama-sama terkait oleh suatu kepentingan yang sama dan menunjukkan perasaan kebersamaan (onong, 1998: 17).

Hal yang perlu diingat bahwa publik tidak saja dipengaruhi, tetapi juga mempengaruhi siapa saja yang bisa dipengaruhi. Dengan demikian istilah publik dapat memiliki pengertian yang berbeda jika dilihat dari sudut pandang pemakaiannya (tipe publik). Public eksternal yaitu ‘orang luar’ atau publik umum (masyarakat) dimana lembaga itu berada, yang harus diberi penerangan atau informasi demi tumbuhnya *goodwill* dari mereka. Public eksternal yang menjadi sasaran ialah para pelanggan (*customer*), khalayak sekitar (*community*), Instansi Pemerintah, Pers, dan lain-lain kelompok di luar lembaga (onong, 2009: 150).

Dengan kelompok-kelompok tersebut harus senantiasa diadakan komunikasi dalam rangka memelihara dan membina hubungan yang harmonis. Hubungan baik dengan publik eksternal sama pentingnya dengan hubungan dengan publik internal, turut menentukan sukses tidaknya tujuan yang dicapai oleh suatu lembaga/ organisasi.

Dalam praktek kehumasan di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, public eksternal dalam hal ini peneliti jabarkan sebagai berikut:

- a. Publik eksternal Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah
 - 1) Pelanggan, dalam hal ini adalah Wali Santri yang memasrahkan anaknya untuk nyantri di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah.
 - 3) Pemeintah seperti RT/RW dan lain-lain

- 4) Pers, yang dimaksud adalah pers dalam arti luas, yakni semua media massa; jadi selain surat kabar dan majalah, juga Koran-berita, siaran radio, siaran televisi, film, bali-iklan dan lain sebagainya.
- 5) Organisasi Pondok Pesantren lainnya
- 6) Khalayak Sekitar, yang dimaksud khalayak sekitar atau komunitas adalah orang-orang yang bertempat tinggal disekitar kompleks organisasi (perusahaan, jawatan, dan lain-lain).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis ambil adalah penelitian dengan metode penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang dihadapi melalui penggambaran tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi atau kelompok tertentu (Ruslan, 2006: 12).

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti kehidupan sehari-hari (Moleong, 2004: 13).

2. Subjek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber untuk memperoleh data penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Suharsimi, 2002: 107). Subyek

dalam penelitian ini yaitu LPM (Lembaga Pengabdian Masyarakat) yang berperan sebagai Humas pondok pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

Obyek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah strategi humas pondok pesantren Al-Luqmaniyyah dalam meningkatkan *awareness* masyarakat desa kalangan Umbulharjo Yogyakarta.

3. Metode pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data Primer adalah data yang bersumber dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi yang diperoleh melalui penelitian di lapangan. Data primer bisa diperoleh melalui wawancara mendalam (*indept interview*) dan observasi.

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh organisasi maupun perusahaan (Ruslan, 2006: 30). Data Sekunder diperoleh melalui data-data yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

b. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

1) Metode Observasi

Observasi sebagai alat pengumpul data, banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku individu, ataupun proses terjadinya sesuatu yang dapat diamati baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan (Sudijono Anas, 1992:36). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum perencanaan strategi yang diterapkan baik oleh LPM maupun Pengurus Harian Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta dalam melakukan hubungan dengan lingkungan sekitar Pondok Pesantren dan untuk mengetahui kondisi fisik sarana dan prasarana dari objek penelitian.

2) Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek). Biasanya data yang diajukan bersifat kompleks, sensitif dan kontroversial. Teknik wawancara dapat dilakukan dengan (1) tatap muka (*face to face interviews*) dan melalui (2) saluran telepon (*telephone interviews*) (Ruslan, 2006: 23).

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu secara tatap muka (*face to face interviews*). Metode ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, visi-misi Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah serta cara mereka melakukan komunikasi dengan publik internal maupun eksternal.

Selain itu peneliti juga akan melakukan wawancara dengan publik eksternal di luar daerah kalangan untuk mengetahui respon dari publik eksternal tentang pencitraan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah.

3) Penelaahan Dokumentasi

Metode ini dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat pada suatu peristiwa sejarah masa lalu, terdapat empat jenis dokumentasi yang digunakan dalam metode ini, yaitu data arsip, dokumen (sejarah) milik lembaga atau pribadi, dokumen *privacy*, dokumentasi publik seperti data atau informasi yang tercantum diberbagai media massa (Ruslan,2006:219-220). Metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data-data yang terkait dengan kegiatan kehumasan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah baik dengan publik internal maupun publik eksternal.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah untuk memberikan interpretasi dan arti bagi data yang dikumpulkan (data mentah) sehingga dapat digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Pelaksanaan analisisnya dilakukan pada saat masih di lapangan dan setelah data terkumpul.

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari hasil penelitian, maka penulis menggunakan analisa deskriptif kualitatif. Analisa deskriptif

kualitatif adalah mengolah data dengan melaporkan apa yang diperoleh dalam ke dalam suatu kebulatan arti yang utuh dengan menggunakan penelitian dengan cermat dan teliti, serta memberikan interpretasi terhadap data kata-kata sehingga dapat menggambarkan obyek penelitian saat penelitian ini dilakukan yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, menganalisis dan menginterpretasi (Narbuko & Ahmadi, 2003: 44).

Metode analisis yang digunakan adalah dengan beberapa tahap yaitu reduksi data, display data, gambaran kesimpulan dan verifikasi data. Penerapan teknik analisis data tersebut dalam penelitian ini adalah (Mattew, 1999: 16):

- a. Reduksi Data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok difokuskan pada hal-hal yang penting dan disusun secara sistematis sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang hasil penelitian. Reduksi dapat dilakukan dengan merangkum kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh Humas dalam melakukan perencanaan kegiatan yang dinilai dapat berpengaruh mengokohkan brand image perusahaan.
- b. Display data, yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan dan disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.
- c. Pengambilan kesimpulan dan Verifikasi, penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari obyek penelitian. Proses penarikan kesimpulan didasarkan pad hubungan informasi yang

tersusun dalam satu bentuk yang dipadu pada penyajian data, melalui informasi tersebut, peneliti dapat melihat apa yang ditelitinya dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai obyek penelitian. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama menulis dan merupakan suatu tujuan ulang pada catatan lapangan. Pada tahap sebelumnya, verifikasi juga dilangsungkan untuk memeriksa keabsahan data. Demikianlah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, agar memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan.

5. Metode Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, peneliti meng*kroscekkan* data masing-masing informan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi, disebut juga dengan Triangulasi. Metode triangulasi menurut (Meleong, 2004: 330) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain untuk pembandingan, yaitu penggunaan sumber, metode dan teori dalam penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dalam (Moleong, 2004: 330) yang berarti membandingkan dengan mencocokkan baik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda melalui:

- a. Perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

- b. *Pengkroscekan* antara data masing-masing informan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumen yang berkaitan.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Humas memiliki peran yang sangat penting dalam suatu lembaga yaitu sebagai jembatan penghubung antara publik internal dengan publik eksternal. LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah yang ditunjuk sebagai humas Pondok Pesantren tersebut lebih mengarahkan kegiatan atau program-programnya cenderung kepada kegiatan eksternal, sebagai bentuk menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal agar informasi yang ingin disampaikan tepat sasaran.

Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam mengatasi permasalahan yang selama ini dihadapi oleh pondok pesantren tentang kesadaran dan kepedulian masyarakat sekitar terhadap keberadaan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah yaitu, dengan menggalakan tiga program inti meliputi program rutinan warga, program insidental, dan program bina desa.

Program rutinan warga yang diikuti LPM berupa kegiatan AJIMAT setiap malam jum'at, pengajian ibu-ibu Ar-Rohmah yang dilaksanakan setiap malam rabu dan pengajian ibu-ibu Roudlotun Nisa setiap hari jum'at, kemudian ada kegiatan ronda malam. Program yang kedua yaitu program insidental, kegiatannya bersifat dadakan seperti ketika ada permintaan untuk hadroh atau undangan untuk tadarus disalah

satu rumah warga atau kegiatan insidental lainnya. yang ketiga yaitu program bina desa, kegiatannya diantaranya yaitu mengirimkan ustadz/ustadzah ke desa binaan, selain itu juga ada kegiatan wajib dalam program ini yaitu kegiatan safari da'i ramadhan, yaitu kegiatan dimana Pondok Pesantren mengirimkan delegasi ke beberapa desa yang ada di Yogyakarta selama bulan ramadhan untuk membantu pelaksanaan kegiatan dibulan ramadhan.

Dengan program-program tersebut di atas, diharapkan LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah bisa semakin meningkatkan *awareness* (kesadaran) publik eksternal Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah.

Keberhasilan suatu program tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Adapun yang menjadi faktor penghambat dalam melaksanakan program-program LPM, antara lain : (1) latar belakang masyarakatnya, yang notabene merupakan masyarakat perkotaan yang lebih mementingkan kepentingan individu serta sibuk dengan kegiatan masing-masing, (2) Minimnya anggaran menjadi masalah klasik dalam pelaksanaan program kerja LPM, karena anggaran hanya didapat dari dana sosial santri dan dana hibah, (3) Belum memiliki praktisi handal dalam bidang kehumasan, sehingga belum terbentuk tim yang profesional dan memiliki kualifikasi standar untuk pelaksanaan program kerja humas.

Adapun faktor-faktor yang mendukung dalam kegiatan LPM adalah sebagai berikut : (1) Semangat dan loyalitas yang tinggi dari para pengurus LPM untuk tetap mengabdikan kepada Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah. Para pengurus siap melaksanakan kegiatan-kegiatan yang telah disepakati bersama disamping kesibukannya menjalankan kuliah, (2) Adanya kewenangan penuh untuk beberapa program humas dalam hal inisiatif maupun mekanisme prosedur penyelenggaraan, (3) Kegiatan seperti rutinan warga, bina desa berjalan cukup baik dan membantu dalam mengenalkan pondok pesantren kepada masyarakat walaupun belum berjalan secara maksimal.

B. SARAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta penelaahan dokumen, peneliti memiliki beberapa saran untuk LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah, yaitu :

1. LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah sebaiknya melakukan seminar kehumasan kepada anggotanya agar bisa lebih mengoptimalkan kinerjanya.
2. Dibuat buku evaluasi tahunan LPM, dan diadakan LPJ (Laporan Pertanggung Jawaban) setiap pergantian kepengurusan.
3. Untuk lebih menguatkan citra Pondok Pesantren dimasyarakat luas, sebaiknya lebih diperkokoh lagi hubungan antara alumni dan Pondok Pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adnan, Hamdan dan Hafied Cangar, 1996, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkinson, Rita L, dkk. 1983. *Pengantar Psikologi Edisi Kedelapan Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Efendy, Onong Uchajana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchajana. 1998. *Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Efendy, Onong Uchajana. 2004. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- . 2005. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Bandung: PT Rosdakarya Bandung.
- Masyhud, Shulton dan Moh. Khusnurdilo. 2003. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka Jakarta.
- Milles, Mattew. 1999. *Analisi Data Kualitatif*. Terjemah Tjetje Rohindi. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, Frazier. 2004. *Hubungan masyarakat, prinsip kasus dan masalah*. Bandung: CV Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.

- Narbuko, Cholid & Abu Ahmadi. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution. S. 1996. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Human Relations dan Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- . 2005. *Manajemen Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- . 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudijono, Anas. 1992. *Teknik Evaluasi Pendidikan Suatu Pengantar*. Yogyakarta: UD Ram.
- Sulaksana, Uyung. 2007. *Integrated Marketing Communications Cetakan III*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara.

Skripsi

- Enopita Andriani. 2003. *Peranan Divisi Humas Dalam Pengembangan Dakwah di Pondok Pesantren Daarut Tauhid Gegerkalong Bandung*. Yogyakarta: Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nurliana Sari. 2009. *Strategi Humas Rumah Sakit Islam Klaten dalam Membentuk Citra Pelayanan Kesehatan*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Amalia Nasrul Insani. 2012. *Peran Humas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Yogyakarta dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat Melalui Media*

Relations (Studi Deskriptif Kualitatif Program Acara Talkshow “Dialog Interaktif” di Jogja TV). Yogyakarta: Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Bagan 1.2

Agenda Lembaga Pengabdian Masyarakat Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta Dalam Satu Tahun

No	Program kerja	Jenis kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Penanggung jawab
1.	Menjembatani pondok pesantren dengan masyarakat sekitar terkait kegiatan sosial di lingkungan kampung Kalangan.	1. Kegiatan amalan malam jum'at (AJIMAT)	Seminggu sekali (setiap malam jum'at)	Divisi Hubungan dan Pelayanan Masyarakat
		2. Ronda malam	Seminggu sekali (setiap Malam Sabtu)	
		3. Mengikuti pengajian Ar-Rohmah dan Raudlotun Nisa (Pengajian Ibu-ibu kampung Kalangan)	Setiap malam rabu dan jum'at pagi	
2.	Menindak lanjuti Undangan dari luar untuk warga pondok pesantren	1. Majelis Sholawat, Pengajian, Muqoddaman, Aqiqohan, dll	Aksidental	Divisi Hubungan dan Pelayanan Masyarakat
		2. Walimatul Urs, Takziah	Aksidental	Divisi Kealumnian
3.	Menjembatani hubungan pondok pesantren	Pengiriman ustadz untuk kajian kitab	Seminggu sekali (setiap hari)	Divisi Pembekalan dan Pengembangan

	dengan desa binaan	kuning	minggu)	Pengabdian
4.	Menjembatani kegiatan keputrian di Masyarakat dengan pondok pesantren	1. Pengiriman ustadzah TPA di desa binaan	Seminggu 4 kali (senin-kamis)	Divisi Hubungan dan Pelayanan Masyarakat
		2. Mengikuti pengajian Ar-Rohmah (pengajian Ibu-Ibu kampung kalangan)	Seminggu sekali (setiap Malam Rabu)	
5.	Safari Da'i romadlon	1. Pelatihan Khitobah	Seminggu sekali (setiap Malam Jum'at)	Divisi Pembekalan dan Pengembangan Pengabdian
		2. Pembekalan peserta	Sebulan sekali	
		3. Pelaksanaan safari romadlon	Selama 1 Bulan ramadhan	Wakil I dan II
6.	Rapat koordinasi	1. Rapat koordinasi internal	2 bulan sekali (setiap malam jum'at pon)	Koordinator Umum
		2. Rapat koordinasi antar elemen Ponpes	Aksidental	Koordinator Umum
		3. Rapat warga	Sebulan sekali	Wakil I dan II

Sumber: Arsip Kepengurusan

Transkrip wawancara

Nara sumber : Edie Rojak Irawan

Jabatan : Direktur LPM

1. Bagaimana kedudukan LPM sebagai bagian Humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dalam struktur kepengurusan PP Al-Luqmaniyyah?

“LPM bisa dikatakan sebagai wadah yang mengurus hubungan pondok pesantren dengan publik eksternal, kalau disini lebih terkhusus pada warga masyarakat sekitar”

2. Apa tanggung jawab LPM sebagai humas di Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

“Ya,, itu mba, namanya juga humas (hubungan masyarakat), mengurus hubungan-hubungan yang terjalin antara pondok pesantren dan masyarakat, pastinya dengan tujuan untuk menciptakan citra positif bagi pondok sekaligus memperkenalkan pondok al-luqmaniyyah kepada masyarakat”

3. Apa sajakah fungsi, sasaran dan tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan humas Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

“Fungsinya selain untuk melatih para santri untuk bisa bersosialisasi dengan masyarakat, juga mempersiapkan santri untuk siap terjun ke masyarakat secara langsung, sasarannya untuk sementara kita lagi fokus sama masyarakat sekitar saja mba,tapi kalau secara global kita lagi mempersiapkan yang lebih luas untuk memperkenalkan pondok al-luqmaniyyah, tujuan ya kaya tadi menciptakan serta memperkenalkan pondok pesantren al-luqmaniyyah bagi yang belum mengenalnya, pinginnya sih mengajak masyarakat agar lebih respek sama kegiatan-kegiatan kita”

4. Usaha apa yang telah dilakukan LPM untuk meningkatkan *awareness* publik eksternal, terutama masyarakat sekitar pondok pesantren?

“Banyak kegiatan kemasyarakatan yang kami ikuti, selain itu juga kami mencanangkan beberapa program diantaranya yaitu

program rutin warga, program bina desa untuk sementara itu dulu.”

Nara Sumber : Kang Mahfudin

Jabatan : Wakil

a. LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah secara umum

1) Apa yang melatarbelakangi terbentuknya LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

“dulu sebenarnya LPM dibentuk sebagai wadah santri-santri yang dianggap sudah sepuh, dan juga untuk membentuk badan yang khusus mengurus hubungan Pondok Pesantren dengan masyarakat luas.”

2) Bagaimana sistem kinerja LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

“dalam tugas dan fungsi kinerja LPM telah dijelaskan masing-masing tugas dari divisi-divisi yang ada di LPM.”

3) Bagaimana penyusunan program kerja LPM PP Al-Luqmaniyyah?

“Program kerja LPM ada yang tahunan dan bulanan, disesuaikan dengan target kitalah mba dan juga mengembangkan program-program yang sudah ada”

4) Bagaimana proses perencanaan dan koordinasi?

“Biasanya diawal-awal kepengurusan LPM kita membentuk perencanaan, dan kita selalu berdiskusi dengan orang yang lebih sepuh di pondok sebelum nanti akhirnya kita ajukan program-program kita ke ibu nyai, untuk koordinasi, karena kita lembaga semi otonom jadi pengurus pondok pesantren tidak ikut campur dalam jalur koordinasi kita langsung ke masyarakat.”

5) Bagaimana mekanisme kontrol dan pertanggungjawaban?

“Kontrol kita serahkan kepada sesepuh pondok, biasanya yang dulu pernah menjadi anggota LPM dan juga para asatidz, jadi ketika ada program kita yang melenceng dari yang semestinya atau kurang ada semangat dari para anggota, asatidz atau para

sesepeuh (kita menyebutnya demikian) langsung dapat wejangan ini dan itu agar kita tidak patah semangat dan terus meningkatkan kinerja kita, pertanggungjawaban kita langsung ke bu nyai, karena beliau yang minta bahwa semua informasi harus masuk ke beliau.”

b. Peran LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah

1) Menurut LPM *awareness* itu apa?

“awareness, menurut saya kesadaran dari masing-masing individu untuk mengetahui dan mengenal sesuatu.”

2) Usaha apa yang telah dilakukan LPM untuk meningkatkan *awareness* publik eksternal, terutama masyarakat sekitar pondok pesantren?

“Banyak kegiatan kemasyarakatan yang kami ikuti, selain itu juga kami mencanangkan beberapa program diantaranya yaitu program rutin warga, program bina desa untuk sementara itu dulu.”

3) Selain *awareness* pedoman apa yang digunakan humas dalam melaksanakan perannya?

“Dalam rangka penguatan kelembagaan keberadaan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah diharapkan dikenal oleh publik dengan kekuatannya yang mampu mengontrol informasi yang keluar dan masuk selain itu juga untuk meningkatkan citra pondok pesantren.”

4) Media/sarana apa yang paling efektif bagi LPM dalam melaksanakan perannya?

“selama ini kami dibantu oleh santri yang senang menulis dan mengirimkan karya-karyanya kepada koran-koran seperti kedaulatan rakyat, akan tetapi secara resmi kami belum menetapkan media yang kami gunakan, kami menggunakan media seadanya untuk menjalankan tugas selama ini .”

5) Apakah program-program kerja LPM selama ini telah mendukung dalam peningkatan *awareness* publik eksternal?

“Satu tahun terakhir saya rasa sudah ada perkembangan, karena memang jumlah personil yang awalnya hanya santri putra saja sekarang kita melibatkan santri putri juga, agar program kita bisa sukses sesuai dengan tujuan yang kita inginkan.”

- 6) Bagaimana kegiatan LPM dengan publik eksternal secara keseluruhan?

“Kalau dilihat secara keseluruhan, kegiatan kehumasan kita sudah baik, karena kita sudah mulai dikenal di masyarakat luas, walaupun di daerah sendiri kita kurang dikenal dan kurang mendapat respon yang baik, akan tetapi kiprah kita di daerah luar justru sangat baik, misalnya saja dengan kegiatan penyaluran grup hadroh pondok pesantren untuk mengisi acara di luar, serata kegiatan KKN pondok yang kita laksanakan setiap tahunnya, dengan tugas menyebarkan santri ke beberapa pelosok daerah yogyakarta untuk mengajarkan ilmu-ilmu agama, menjadikan pondok pesantren al-luqmaniyyah semakin dikenal.”

Transkrip Wawancara

Narasumber : Bapak Suhadi

Jabatan : Ketua RT 48

1. Apa saja yang anda ketahui tentang kegiatan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dengan masyarakat sekitar?

"Setahu saya mas-mas pondok selalu mengikuti kegiatan yang ada di masyarakat jika ada undangan dari kita, dan seringkali kita mintai bantuan, misal dalam perayaan 17an, kami minta pondok menampilkan kesenian hadroh di acara puncak 17 agustus, kemudian pengajian AJIMAT, itu juga sangat membantu kita, kalau tidak ada mas-mas pondok pasti pengajiannya sudah sepi, karena memang orang-orang di sekitar sini merupakan orang yang sibuk. Kalau dari ibu-ibu setahu saya ada pengajian Ar_Rohmah dan RoudlotunNisa, hanya itu yang saya ketahui. Dan dulu ketika kami pada tahun 2013 mengikuti lomba kelurahan nasional, kita juga meminta bantuan dari Pondok untuk menampilkan hadroh di xt square, karena kita kebagian jatah tema agamis/ keagamaan, lalu ketika abu kelud sampai ke jogja pada tahhun 2013, dan di daerah sekitar sini ketutup debu, dari pondok juga ikut membantu membersihkan abu kelud"

2. Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan tersebut?

"Baik, bisa berinteraksi dengan masyarakat. Menurut saya kita jadi lebih saling mengenal satu dengan yang lainnya."

3. Apa kritik dan saran untuk kegiatan LPM Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

"Lebih ditingkatkan lagi kegiatan yang menyangkut dengan masyarakat, karena biar bagaimanapun kita di sini hidup berdampingan, jadi alangkah baiknya kalau terjalin hubungan yang harmonis antara pondok dengan masyarakat."

Narasumber : Ibu Tri Rejeki

Jabatan : Ketua Pengajian ibu-ibu Ar-Rohmah

1. Bagaimana tanggapan ibu tentang program-program yang diikuti Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dimasyarakat setempat?

"Sudah bagus mba, masukannya lebih ditingkatkan lagi."

2. Apa kesan anda terhadap Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah?

"Dulu kami mengira anak-anak pondok adalah anak-anak yang kolot, dengan aturan-aturan yang sangat ketat, dan kami mengira pasti pondok juga tidak mau ikut campur dengan urusan masyarakat sekitar, tapi kami salah, dengan adanya mba-mba dari Al-Luqmaniyyah kami jadi lebih mengetahui tentang hidup bertetangga, juga kegigihan mencari ilmu, seringkali mba-mba yang mengisi pengajian menceritakan pengalamannya dalam mencari ilmu, datang dari berbagai daerah, jauh-jauh ke jogja, tujuannya sangat mulia yaitu mencari ilmu, dari situ kami yang sudah sepuh-sepuh ini termotivasi untuk terus belajar dan mencari ilmu dan kami jadi punya pandangan bagaimana kami mendidik anak-anak kami, sekarang anak saya sudah saya pondokkan, walaupun dia masih SMP. Terkait dengan hubungan dengan masyarakat kami juga meminta maaf mba, soalnya sering tidak hadir ketika diundang oleh Pondok Pesantren, dari ibu-ibu pengajian pasti diundang secara pribadi, tapi dari kami yang hadir hanya perwakilan saja. Tapi keberadaan mba-mba diagenda pengajian sudah sangat membantu, karena kita lebih kenal Pondok Pesantren."

Narasumber : Bapak Sunaryo

Jabatan : Warga desa kalagan

1. Bagaimana tanggapan bapak tentang program-program yang diikuti Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah dimasyarakat setempat?

“Cara Pondok Pesantren berinteraksi dengan masyarakat dengan mengikuti kegiatan-kegiatan kemasyarakata saya nilai sudah baik, akan tetapi karena masyarakat sekitar sini kalau saya lihat merupakan masyarakat urban, kebanyakan dari mereka adalah pekerja kantoran, mungkin itu yang menyebabkan interaksi dan komunikasi menjadi terhambat. Sepengetahuan saya, Pondok Pesantren selalu ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh warga sekitar, tapi agaknya beberapa tahun terakhir saya lihat agak menurun, karena sekarang dari Pondok Pesantren seringkali abstain di kegiatan kerja bakti, dari warga juga sering mengeluh dengan kegiatan intrernal yang diadakan Pondok Pesantren seperti sholawatan dan mujahadah. Sebenarnya tidak mengapa melakukan kegiatan-kegiatan seperti itu akan tetapi harus tahu jam, sebaiknya speaker masjid tidak disetel terlalu keras pada jam-jam tertentu.”

Narasumber : Hari Bowo

Jabatan : Warga desa kalagan

1. Apa kegiatan Pondok Pesantren Al-Luqmaniyyah yang anda ketahui?

“Anak-anak Pondok putra itu selalu ikut AJIMAT, karena saya juga mengadakan acara sholaawatan setiap sabtu pagi, saya sering meminta batuan kepada anak Pondok untuk mengikuti acara yang saya adakan setiap sabtu pon.”



GAMBAR I
Jama'ah Pengajian Ar-Rohmah



GAMBAR II
Temu Wali Santri PP. Al-Luqmaniyyah



GAMBAR III

TemuWarga



GAMBAR IV

PartisipasiSantriDalam Salah SatuKegiatanWarga