

Peranan yang dimaksud oleh peneliti dalam judul ini adalah tugas yang dilakukan oleh bagian humas Pondok Pesantren Islam Al-Mukmin sebagai suatu bagian resmi (kedudukan dalam struktur organisasi) dari sebuah yayasan pondok pesantren yang bersifat profesi (dalam hal ini profesi mengelola opini publik) dan memiliki target yang tertuang dalam tujuan program kerja humas.

2. Bagian Humas

Dalam memberikan batasan pengertian “bagian humas” perlu diketahui lebih dahulu pengertian humas itu sendiri. Menurut *J.C., Seidel* Hubungan Masyarakat atau humas atau *public relations* ialah

“proses yang kontinu dari usaha-usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian para langganannya, pegawainya, dan publik pada umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”.³

Jadi bagian humas yang peneliti maksud disini ialah suatu bagian resmi dari yayasan Pondok pesantren Islam Al-Mukmin yang bertugas untuk memperoleh dukungan, goodwill dan pengertian dari para wali santri, donatur, santri-santri, ustadz-ustadzah, pengurus yayasan, pegawainya, dan publik pada umumnya, serta dukungan dari publik ekstern, kedalam dengan cara mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan melalui media.

³ Abdurrachman Oemi, *Dasar-dasar Publik Relations*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2001), hal. 25.

3. Pondok Pesantren Islam Al-Mukmin

Secara harfiah pondok pesantren merujuk dari kata bahasa Arab. Kata pondok yang berasal dari kata “funduk” yang artinya hotel atau asrama⁴. Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia kata pondok berarti madrasah atau asrama tempat mengaji dan belajar agama Islam⁵.

Adapun kata pesantren berasal dari kata santri dengan awalan “pe” di depan dan akhiran “an” mengandung arti tempat tinggal para santri, dengan demikian Pondok pesantren adalah tempat dimana anak-anak muda, dewasa belajar secara lebih mendalam dan lebih lanjut mengenai agama Islam yang diajarkan secara sistematis dan langsung, dari bahasa Arab serta berdasarkan pembacaan kitab-kitab klasik karangan ulama-ulama besar.⁶

Sedangkan pondok pesantren Islam Al-Mukmin merupakan tempat pendidikan dan pengajaran agama Islam bagi remaja Islam yang terdiri dari Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, dan Kulliyatul Mu'allimin (KMI), Kulliyatul Mu'allimat (KMA). Pondok pesantren Islam Al-Mukmin beralamat di dusun Ngruki, desa Cemani, kecamatan Grogol, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

4. Mengelola

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata kelola atau mengelola (-kan) diartikan mengurus (perusahaan, pemerintah, dsb.). Dalam istilah

⁴ Karel A. Steenbrink, *Pesantren, Madrasah Dan Sekolah, Pendidikan Islam Dalam Kurun Modern*, (Jakarta : LP3ES, 1986), hal. 22.

⁵ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka. 1982), hal. 748.

⁶ M. Dawam Rahardjo, *Pesantren dan Pembaharuan*, (Jakarta : LP3ES, 1983), hal. 67.

ilmiah mengelola biasa diartikan dengan manage atau *me-manage*. Istilah latin dari management yaitu, “managierre” yang mempunyai arti melakukan, melaksanakan, mengurus sesuatu.

Dalam hal ini kata ‘mengelola’ yang peneliti maksudkan ialah bagaimana humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam melaksanakan dan mengurus suatu pernyataan yang dimuat di media yang bertentangan di masyarakat mengenai persoalan yang berhubungan dengan Pondok pesantren Islam Al-Mukmin.

5. Opini Publik

Marian D. Irish dan James W. Prothro mendefinisikan secara singkat opini publik dalam bukunya *The Politics of American Democracy*, yaitu "*Public Opinion is the expression of attitudes on a social issue.*" (Opini publik adalah pengekspresian sikap mengenai persoalan masyarakat.)⁷

Pendapat yang hampir senada dikemukakan William Albig dalam bukunya *Modern Public Opinion*, yang menyatakan sebagai berikut : "*Opinion is any expression on a controversial topic*", (Opini itu adalah suatu pernyataan mengenai sesuatu persoalan yang sifatnya bertentangan).⁸

Dalam penelitian ini opini publik yang dimaksudkan adalah suatu pernyataan atau bentuk pengekspresian sikap masyarakat yang kontroversial atau saling bertentangan mengenai Pondok pesantren Islam Al-Mukmin

⁷ Onong Uchajana Effendy, *Hubungan masyarakat (Suatu Studi komunikologis)*, (Bandung : PT. Remadja Rosdakarya, 1998), hal. 87.

⁸ Abdurrachman Oemi, *Op. Cit*, hal, 53.

sebagai tempat pendidikan ‘teroris’ dan ‘dalang terorisme’ yang terekspresikan melalui media.

Jadi secara keseluruhan maksud judul di muka ialah segala aktivitas bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam menjalankan tugasnya mengelola opini publik guna memperoleh goodwill dan pengertian dari publik baik intern maupun ekstern yang pada umumnya kedalam dengan melakukan perencanaan dan evaluasi serta keluar dengan memberikan pernyataan-pernyataan melalui media (media relations) atau dengan kegiatan-kegiatan yang melihat pada pelaksanaan kegiatan humas dan pemanfaatan media .

B. Latar Belakang Masalah

Tanpa disadari efek yang dihasilkan dari opini masyarakat atas sebuah kontroversi yang terjadi di masyarakat begitu besar. Sumber-sumber kontroversi itu dapat berupa pemberitaan yang bersumber dari media massa baik cetak maupun elektronik. Pada umumnya yang menjadi permasalahan utama dan seringkali diabaikan oleh masyarakat awam ialah kebenaran dari berita tersebut sebagai sumber kontroversi, dan sering kali baik pers maupun masyarakat tidak tahu atau bahkan tidak mau tahu atas kebenaran atau fakta dari kontroversi yang muncul sehingga tidak jarang terjadi penghakiman secara sepihak.

Berita tentang kejahatan yang dilakukan seseorang ‘yang dulunya’ pernah nyantri atau mondok disebuah pondok pesantren menjadi opini dimana-

mana dan tidak jarang pondok pesantren itu juga diklaim jelek/buruk dalam pandangan masyarakat.

Prof. Dr. Astrid S. Susanto, mengungkapkan bahwa membahas berita kejahatan tidaklah mudah, karena ia segera berkaitan dengan (pelanggaran hukum). Salah satu kritik yang tajam terhadap media ialah bahwa ia seringkali “*telah menghukum seseorang*” sebelum pengadilan sendiri mengambil keputusan (*trial by public opinion*). Hal ini dimungkinkan karena dalam penulisan suatu berita kejahatan/berita perang terserap oleh emosionalitas penulis berita, sehingga terlanggar hak azasi orang lain yang sama-sama dilindungi oleh UU dalam negaranya.⁹

Begitu pula yang menarik dengan opini yang terbentuk mengenai Pondok Pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah dan ustadz H. Abu Bakar Ba'asyir yang keduanya dianggap sebagai tempat pendidikan ‘teroris’ dan ‘dalang terorisme’. Opini yang terbentuk itu secara tidak langsung telah memojokkan Pondok pesantren Islam Al-Mukmin sebagai lembaga pendidikan dan dakwah Islam. Citra yang terbangun dalam pikiran masyarakat baik nasional bahkan internasional sedikit banyak telah menghancurkan nama baik Pondok pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki.

Citra yang timbul dimasyarakat memang tidak selamanya dari opini negatif atau jelek karena ada pula opini yang mendukung keberadaan Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dan tidak mempercayai apa yang dilansir diberbagai mass media mengenai keterkaitan Pondok pesantren Islam Al-

⁹ Astrid S. Susanto, *Globalisasi dan Komunikasi* (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan), 1993, hal. 167.

Mukmin dengan beberapa kasus teror bom yang melanda negeri Indonesia akhir-akhir ini (misalnya dalam majalah *Times*, edisi 17 Maret 2003/Vol. 161. No.10). Berbagai peristiwa pemboman seperti, kasus bom Natal dan Tahun Baru, bom Bali, pemboman kedubes Filipina dan beberapa daerah di Filipina itu sendiri, yang kemudian disusul dengan pemboman di Makassar, Gereja Pantekosta Jakarta, Hotel JW Marriot, kesemuanya itu telah banyak dikaitkan dengan Pondok pesantren Islam Al-Mukmin Ngruki, karena beberapa analisis yang dimuat di mass media bahwa pimpinan pondok pesantren Islam Al-Mukmin Ngruki yaitu Ustadz Abu Bakar Ba'asyir diindikasikan terlibat dengan organisasi teroris Jama'ah Islamiyyah (JI) yang diduga merupakan bagian dari afiliasi organisasi teroris Internasional Al-Qaeda pimpinan Usamah (Osama) bin Laden.

Hal inilah yang pada akhirnya memberikan citra negatif pada Pondok pesantren Islam Al-Mukmin Ngruki sehingga di anggap sebagai pondok pesantren teroris atau sarang teroris dan juga dianggap sebagai tempat pengkaderan teroris. Dari opini publik yang terbentuk itulah yang sesungguhnya telah menutup citra sejati Pondok pesantren Islam Al-Mukmin sebagai sarana pengembangan dakwah, pendidikan dan pengajaran agama Islam yang bukan sebagai tempat mengajarkan kekerasan dan kebrutalan atau tindakan anarkhis lainnya.

Pada zaman modern saat ini peranan dari "hubungan masyarakat" atau *public relations* dalam sebuah organisasi merupakan suatu yang sangat penting. Pada dasarnya baik itu organisasi yang bergerak dibidang sosial,

budaya, ekonomi, politik atau yang hanya memfokuskan pada bidang pendidikan dan keagamaan akan merasakan pentingnya penyelenggaraan dan pembinaan hubungan masyarakat (humas) yang baik. Hal ini karena humas terkait dengan seluruh aktivitas sebuah organisasi dan relasi organisasi itu dengan aspek-aspek seperti sosial budaya, ekonomi, bahkan politik.

Tujuan penyelenggaraan “hubungan masyarakat” (humas) adalah untuk menciptakan komunikasi dua arah, memecahkan konflik kepentingan dan mencari dasar pemikiran yang sama atau lingkungan yang menjadi kepentingan bersama, dan untuk menciptakan pengertian berdasarkan kebenaran pengetahuan dan informasi yang lengkap.¹⁰

Seperti lazimnya proses komunikasi, proses dalam ke-humas-an akan selalu menimbulkan efek atau dampak sebagai pengaruh dari pesan yang disampaikan. Contohnya opini publik yang muncul mengenai keadaan sebuah organisasi atau lembaga dan menjadi bahan perbincangan oleh masyarakat luas atau diangkat menjadi topik berita melalui media massa merupakan *efek komunikasi*. Efek itu dapat bersifat positif atau negatif.

William V. Haney menyebutkan bahwa komunikasi merupakan suatu *sine quo non* (sesuatu yang mutlak ada) bagi organisasi¹¹. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa gerak organisasi ditentukan banyak sedikitnya komunikasi yang terjalin baik dalam lingkungan intern maupun ekstern. Oleh karena itu dalam sebuah organisasi terdapat sebuah bagian yang mengambil

¹⁰ Sam Black & Melvin L. Sharpe, *Ilmu Hubungan Masyarakat Praktis*, (Jakarta : Rineka Cipta,1981), hal. 3.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 78.

peranan penting dalam komunikasi, termasuk komunikasi eksternal yaitu bagian “hubungan masyarakat” (*public relations*) atau biasa lebih dikenal dengan bagian humas.

Opini publik yang ‘terlanjur’ terbentuk dalam masyarakat atau *mass media* mengenai sebuah lembaga atau organisasi seperti dikemukakan diatas dapat memiliki dua dampak yaitu dimungkinkan berdampak positif atau berdampak negatif. Keduanya merupakan obyek garapan dari bagian humas namun yang menarik untuk diteliti ialah bagaimana peranan bagian humas dalam menanggapi opini publik yang berkesan negatif mengenai lembaga atau organisasi tersebut.

Dari uraian diatas hal yang menarik untuk lebih jauh diteliti yaitu bagaimana peranan bagian humas yang ada di Pondok pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah dalam mengelola opini publik yang terbentuk di masyarakat tentang lembaga Pondok pesantren Islam Al-Mukmin.

Pada akhirnya peneliti tidak hanya memfokuskan penelitian pada pengelolaan opini publik yang bersifat negatif tetapi lebih jauh penelitian ini bertujuan untuk meneliti peranan yang diemban bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki dalam mengelola opini publik yang berkembang (baik yang bersifat positif maupun negatif).

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis dapat merumuskan masalah yang akan menjadi pokok bahasan dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Bagaimanakah peranan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin Ngruki, Sukoharjo, Jawa Tengah dalam mengelola opini publik meliputi dari pelaksanaan kegiatan program kerja humas dan pemanfaatan media ?
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat kegiatan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Memberikan gambaran tentang pelaksanaan kegiatan humas dan pemanfaatan media bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki, Jawa Tengah dalam mengelola opini publik.
2. Memberikan gambaran tentang faktor-faktor penghambat dan pendukung bagian humas dalam kegiatan mengelola opini publik .

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya pengembangan metode dan aplikasi hubungan masyarakat dan dakwah khususnya bagi penulis serta dijadikan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I) dari Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan berarti bagi bagian humas pondok pesantren Islam Al-Mukmin, Ngruki dalam mengelola opini publik agar dapat meningkatkan peranannya dalam pengelolaan opini publik.

F. Kerangka Teoritik

Teori adalah bentuk penjelasan paling umum yang memberitahukan kepada kita mengapa sesuatu terjadi dan kapan sesuatu bisa terjadi dengan demikian selain dipakai untuk eksplanasi, teori juga menjadi dasar bagi prediksi.

Dari pengertian ini secara gamblang teori bisa dikatakan sebagai suatu pandangan atau persepsi mengenai sesuatu yang terjadi dan akan terjadi.¹²

1. Tinjauan Umum tentang Komunikasi

Pada hakikatnya kegiatan *Public Relations* (PR) ialah kegiatan komunikasi, tetapi hal tersebut berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya. Kegiatan PR atau yang dikenal dengan Humas (hubungan masyarakat) mempunyai ciri-ciri tertentu yang diakibatkan karena fungsi, sifat organisasi dari lembaga PR / humas berada dan berlangsung.

¹² Mochtar Mas' oed. *Teori dan Metodologi Hubungan Internasional*, (Yogyakarta : PAUS UGM., 1988), hal. 121.

a. Definisi Komunikasi

Komunikasi menurut pengertian secara sederhana adalah penyampaian suatu pesan dari komunikator terhadap komunikan. Pengertian komunikasi yang paling populer yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam *The Structure and Function of Communication in Society*, sebagai berikut: “*Who says what in which channel to whom with what effect*”.¹³

Gerald A. Miller mengungkapkan sebuah definisi komunikasi yang peneliti anggap dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini. Menurut Gerald A. Miller :

“Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.”

Dalam definisi itu Miller memperluas pengertian komunikasi dengan “bertujuan mempengaruhi perilakunya”. Hal ini berarti menurut Miller bahwa komunikasi bukan hanya sekadar memberitahu pesan atau lambang atau tanda tetapi juga mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan tertentu.¹⁴

Pengertian komunikasi dalam praktek *Public Relations/Humas* pada dasarnya adalah komunikasi yang berlangsung dua arah dan timbal balik antara komunikator dan komunikan kedalam lambang-lambang yang sama. Hubungan masyarakat (Humas) merupakan kegiatan

¹³ Rusadi Ruslan, *Praktek dan solusi Public Relations dalam situasi krisis dan pemulihan citra*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994), hal.21.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, hal. 49.

melakukan hubungan dengan publik didalam dan diluar organisasi dengan jalan komunikasi. Sudah tentu komunikasi yang dilakukan tidak sembarangan melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan obyek studi ilmu komunikasi. Bagian yang terpenting dalam pengertian ini adalah bahwa humas merupakan tugas semua pimpinan organisasi, apakah organisasi itu berbentuk jawatan, perusahaan dan lain sebagainya yang memiliki publik didalam dan diluar sebagai sasaran kegiatan

b. Tujuan dan Teknik Komunikasi

Komunikasi secara umum bertujuan untuk mengubah sikap (*attitude change*), pendapat (*opinion change*), perilaku (*behavior change*), dan sosial (*social change*). Seperti yang dikatakan oleh Hovland mengenai pengertian komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communication is the process modify the behavior of other individual*).¹⁵ Jadi komunikasi yang mengubah perilaku itulah yang dijadikan obyek studi ilmu komunikasi, yakni permasalahan bagaimana caranya agar seseorang atau sejumlah orang berperilaku tertentu, melakukan kegiatan tertentu atau melakukan tindakan tertentu. Pada dasarnya yang diharapkan dari sebuah proses komunikasi ialah adanya perubahan tertentu seperti yang diharapkan (menjadi tujuan). Tujuan dalam komunikasi seperti diungkapkan oleh R. Wayne Pace dkk. dalam

¹⁵ Rusadi Ruslan, *Op.Cit*, hal 10.

bukunya *Techniques for Effective Communication* yang menyatakan bahwa tujuan sentral dari komunikasi meliputi 3 hal utama, yakni :

1. *To secure understanding* – memastikan pemahaman.
2. *To establish acceptance* – membina penerimaan.
3. *To motivate action* – memotivasi kegiatan.¹⁶

Pada mulanya *public relations* atau humas hanyalah merupakan gejala komunikasi, kemudian menjadi kegiatan tak terorganisasikan (*unorganized activity*), lalu menjadi aktivitas terorganisasikan (*organized activity*) dengan konsep yang khas dan jelas (atau dengan kata lain memiliki tujuan) yang menuju kepada suatu profesi.¹⁷

Untuk memastikan pemahaman dan membina penerimaan yang baik dan efektif pada komunikan perlu dikuasainya teknik komunikasi yang tepat. Misalnya saja dengan teknik komunikasi persuasif sebagai teknik komunikasi dalam usahanya untuk menanamkan pengaruh pada publik.¹⁸

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa menggunakan teknik komunikasi ini adalah suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti apa yang diharapkan komunikator (dalam hal ini bagian humas).

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Loc. Cit*, hal. 49.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung : CV. Mandar Maju, 1993), hal. 115.

¹⁸ A.W. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), hal. 66.

c. Ciri Komunikasi Humas

Ciri hakiki dari komunikasi PR atau humas adalah komunikasi yang bersifat timbal balik (*two way traffic*) hal ini menurut peneliti sejalan dengan definisi PR yang dipaparkan oleh Edward L. Bernays (seorang pelopor humas di AS) dalam bukunya *Public Relations* yang mengemukakan bahwa definisi PR mencakup tiga macam aspek yakni :

1. Penerangan kepada masyarakat.
2. Persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat.
3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga dengan sikap atau perbuatan masyarakat dan sebaliknya.¹⁹

2. Tinjauan Umum tentang Humas

a. Definisi Humas

J.C., Seidel, Public Relations Director, Division of Housing, State of New York memberikan definisi tentang Public Relations sebagai berikut:

“Proses yang kontinu dari usaha-usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para langganannya, pegawainya, dan publik pada umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan memberikan pernyataan-pernyataan”²⁰.

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa PR atau hubungan masyarakat sebagai usaha yang disengaja, terencana, kontinu dan ditujukan untuk menopang usaha-usaha pendirian dan penciptaan

¹⁹ Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, *Prinsip-Prinsip Humas*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1996), hal. 16.

²⁰ Oemi Abdurrachman, *Loc. Cit*, hal. 25.

kesepehaman yang saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan publiknya kedalam dengan menganalisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan memberikan pernyataan pada publik

b. Ciri dan Fungsi Humas

Berfungsi-tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya.

1. Ciri Humas

Dalam hal ini ciri humas merupakan bagian yang penting agar sebuah bagian atau divisi humas dalam sebuah lembaga atau organisasi dapat menjalankan tujuan-tujuan lembaga atau organisasi tersebut.

Onong Uchjana Effendy mengungkapkan sedikitnya harus terdapat empat ciri dari humas agar dapat berjalan sesuai dengan fungsinya :

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik;
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi;
- c. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik ekstern dan intern;
- d. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan

psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.²¹

Ciri-ciri diatas dipaparkan lebih jelas sebagai berikut :

Seperti telah penulis singgung dihalaman sebelumnya bahwa humas ialah suatu metode komunikasi yang berbeda dengan metode-metode lainnya dalam bidang komunikasi lainnya. Sebagai kegiatan komunikasi dalam organisasi, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). Ini berarti pada *tahap pertama* komunikasinya berbentuk penyebaran informasi oleh manajer sebagai pemimpin organisasi kepada publik. Misalnya peneliti mengambil contoh bila dalam organisasi pesantren maka peranan seorang pemimpin pesantren untuk merencanakan dan menetapkan informasi yang tepat mengenai pondok pesantrennya akan sangat penting bagi pengenalan organisasi pesantren tersebut kepada masyarakat. Pada jalur kedua komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian tanggapan atau opini publik dari masyarakat kepada pihak organisasi pesantren. Hal tersebut telah menandakan adanya hubungan timbal balik antara komunikator yakni pihak organisasi pesantren dengan komunikan (publik atau masyarakat luas).

Tegasnya dengan komunikasi dua arah tersebut maka pimpinan organisasi harus selalu mengkaji, apakah informasi yang disebarkan kepada publik dapat diterima, dimengerti, atau mungkin dilaksanakan,

²¹ Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, 1998, hal. 24.

misalnya bila dalam pondok pesantren informasi yang tepat mengenai keadaan pondok pesantren akan menentukan citra organisasi pesantren tersebut dimasyarakat. Oleh karena itu biasanya pesantren memberikan informasi mengenai aktivitasnya sebagai gerakan dakwah, sosial dan pendidikan. Bila penerimaan publik tidak seperti apa yang diharapkan maka perlu dilakukan *evaluasi* terhadap proses humas tersebut sehingga dapat diketahui faktor penghambatnya.

Kedua, bila humas merupakan penunjang tercapainya tujuan organisasi maka tak terlepas dari pengertian hubungan masyarakat sebagai metode komunikasi. Humas sebagai metode komunikasi sering disebut humas sebagai bentuk lembaga (*public relations as state of being*). Hal ini dikarenakan organisasi tersebut telah menjadi organisasi besar atau setidaknya telah mendunia sehingga dengan sendirinya meluaskan jangkauan publik itu sendiri seperti contoh PPI Al-Mukmin, Ngruki yang menjadi terkenal dan sorotan luas akibat pemberitaan media massa, sehingga dalam organisasi-organisasi seperti ini pimpinan mendelegasikan wewenang dan tugas-tugas *humas* kepada bagian tersendiri yaitu bagian humas.

Dalam bagian yang tersendiri ini humas diberi kewenangan untuk mengkonsepsikan, merencanakan, dan mengorganisasikan kegiatan komunikasi secara metodologis dan sistematis untuk dapat dioperasikan secara efektif. Oleh karena kegiatan yang dilakukan humas begitu luas, diperlukan metode komunikasi secara khusus dan

atas dasar itulah humas disebut *method of communication* atau metode komunikasi.

Dalam konteks ilmu komunikasi, humas sebagai metode komunikasi dan sebagai teknik komunikasi itu termasuk bidang komunikasi manajemen (*management communication*) yang sering disebut juga komunikasi organisasional (*organizational communication*) hal ini dikarenakan humas sebagai penunjang manajemen, suatu kegiatan dalam organisasi untuk mengarahkan manusia-manusia yang terlibat, menuju sasaran dan tujuan yang akan dicapai.

Ciri ketiga dari humas ialah bahwa sasaran kegiatannya adalah publik eksternal (*external public*) dan publik internal (*internal public*). Menurut Djafar H. Assegaf yang dimaksudkan dengan khalayak intern ialah khalayak atau publik yang menjadi bagian dari kegiatan usaha atau instansi itu sendiri. Dan publik ekstern ialah publik umum dimana usaha itu berada, yang ingin diberikan penerangan atau informasi untuk dapat membina *goodwill*-nya.²²

Sedangkan ciri humas dalam operasionalisasinya ada dua, yakni pertama membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, dan kedua mencegah terjadinya rintangan psikologis pada pihak publik. Istilah harmonis yang menjadi sifat hubungan yang harus dibina oleh humas mengandung makna yang luas, yakni sikap

²² Djafar H. Assegaf, *Hubungan Masyarakat dalam Praktek*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1982), hal. 20.

menyenangkan (*favorable*), itikad baik (*goodwill*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), dan citra baik (*good image*).

2. Fungsi Humas

Bila ciri diatas sudah dapat terpenuhi maka fungsi dari humas dapat berjalan. Onong Uchjana Effendy menyimpulkan beberapa pendapat pakar mengenai fungsi humas yang dirumuskan sebagai berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern;
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;
- d. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.²³

c. Media Humas

Media yang dipakai dalam organisasi PR atau humas biasanya meliputi : (1) media berita (*news media*), seperti surat kabar, majalah, (2)

²³ Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, hal. 36.

media siaran (*broadcast media*), seperti radio dan televisi, serta (3) media komunikasi tatap muka, komunikasi tradisional.²⁴

d. Publik dan Opini Publik

Seperti telah dipaparkan di muka bahwa peranan humas ialah bertujuan untuk menciptakan iklim pendapat umum atau opini publik yang menguntungkan. John Dewey dalam karyanya *The Public and Its Problem* mendefinisikan publik sebagai “sekelompok orang yang bersama-sama dipengaruhi oleh suatu kegiatan atau gagasan khusus”. Dalam pada itu, istilah opini menurut Cutlip dan Center sebagai “pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan”. Jadi opini mengandung pertentangan dan perselisihan, lain dengan fakta yang diterima secara umum.²⁵

1. Definisi Opini Publik

William Albig, dalam bukunya *Modern Public Opinion* memberikan definisi, “...pendapat publik adalah ekspresi segenap anggota suatu kelompok yang berkepentingan atas suatu masalah.”²⁶

Sedangkan Marian D. Irish dan James W. Prothro mendefinisikan dengan singkat opini publik yaitu “*Public Opinion is the expression of attitudes on a social issue.*” (Opini publik ialah pengekspresian sikap mengenai persoalan masyarakat). Definisi Irish & Prothro itu mencakup tiga aspek :

²⁴ F. Rachmadi, *Publik Relations dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama), hal. 87.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, hal.86.

²⁶ F. Rachmadi, *Op. Cit*, hal. 24.

a. Ekspresi (*Expression*)

Pendapat Irish dan Prothro sama dengan pendapat pakar lainnya yakni bahwa sikap atau attitude yang tidak diekspresikan bukanlah opini publik.

b. Persoalan (*Issue*)

Yang dimaksud persoalan disini ialah yang mengandung pro dan kontra, setuju atau tidak setuju. Karena ciri pro dan kontra itulah, maka suatu opini selalu mengenai sebuah objek yang dapat menimbulkan tanggapan yang menyenangkan atau yang tidak menyenangkan.

c. Kemasyarakatan (*Social*)

Opini publik lebih banyak bersangkutan dengan soal kemasyarakatan. Opini publik menunjukkan opini seseorang secara terpadu.²⁷

Yang dimaksudkan dengan opini publik menunjukkan opini seseorang seperti definisi yang diungkapkan Prof. W. Doob, "Pendapat umum menunjukkan sikap orang-orang yang menjadi anggota dari satu golongan." Jadi dari kesemua definisi diatas setidaknya tidaknya dapat diterangkan apa yang dimaksud dengan opini publik itu.²⁸ Yaitu :

- a. Pendapat umum adalah pendapat rata-rata kelompok tertentu tentang suatu hal yang penting.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *OP. Cit*, hal. 87-88.

²⁸ F. Rachmadi, *Op. Cit*, hal. 25.

- b. Pendapat umum adalah suatu campuran yang terdiri dari berbagai macam pikiran, kepercayaan, paham, anggapan, purbasangka, hasrat dan keinginan.
 - c. Karena pendapat umum itu adalah campuran dari berbagai pendapat dan pikiran itupun sering berubah-ubah, maka pendapat umum tersebut pada dasarnya bersifat amorph (tak berbentuk) atau “tidak merupakan suatu yang baku, tapi sering berubah-ubah.”
- Dengan kata lain opini publik merupakan agregat opini individual atas persoalan-persoalan publik dan menjadi perdebatan publik serta mempengaruhi kelompok manusia.²⁹

2. Proses terbentuknya Opini Publik

Opini publik telah didefinisikan sebagai ungkapan dari semua anggota dari sebuah kelompok yang tengah memberikan perhatian dengan berbagai cara terhadap suatu persoalan tertentu yang kontroversial. Pada awalnya proses pembentukan opini publik dimulai dengan suatu interaksi dari sikap-sikap individu, bentuk-bentuk pikiran dan keyakinan-keyakinan mengenai suatu persoalan yang mengalami transformasi menjadi sebuah opini kelompok.

Sikap hanyalah merupakan kecenderungan sesuatu untuk menanggapi suatu persoalan atau situasi. Jadi, sikap tertahan didalam (*inwardly held*) yang bila menghadapi sesuatu rangsangan bisa diekspresikan keluar dalam bentuk opini, suatu pernyataan secara verbal.

²⁹ Dedy Jamaluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya. 1994), hal. 109.

Pada dasarnya proses pembentukan opini publik sama prinsipnya dengan pembentukan citra. Dalam hal ini citra diartikan sebagai “kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan”

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Solomon, dalam Rakhmat menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Danasaputra, 1995 : 34-35).³⁰

Kejadian-kejadian mengenai manusia baik yang mengenai soal pribadi maupun kelompok mengenai *public issues* dan kegiatan-kegiatan lainnya yang *unusual* dan aktual selalu merupakan bahan pembicaraan atau diskusi dalam keluarga atau dalam masyarakat.³¹ Contohnya bila dikaitkan dengan ditangkapnya Ustdaz Abu Bakar Ba'asyir yang “dianggap” sebagai Dalang utama terorisme, maka dalam masyarakat berkembanglah berbagai macam opini baik yang bersikap pro maupun

³⁰ Soleh Soemirat, M.S. dkk., *Dasar – Dasar Public Relations*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2003), hal. 114.

³¹ Abdurrachman Oemi, *Op. Cit*, hal. 54 .

kontra, dari pembicaraan biasa dilingkungan keluarga hingga diskusi serius mengenai wacana terorisme yang diangkat mass media cetak maupun elektronik. Opini tersebut secara langsung berdampak pada citra PPI Al-Mukmin di mata masyarakat.

Abdurrachman Oemi menekankan bahwa background seseorang (pendidikan, kebudayaan, agama, ekonomi, pengalaman, dsb.) besar pengaruhnya terhadap jalan pikiran (*way of thinking*) seseorang dan opini yang dinyatakan tidak akan lepas dari background-nya. Oemi juga meyakini bahwa keluarga merupakan "*the first molder*" dalam pembentukan opini tiap individu. Jadi pembicaraan atau diskusi mengenai suatu hal, timbul karena adanya informasi atau reaksi dari sesuatu golongan atau perorangan.

Karena reaksi itu ada yang berdasarkan fakta, emosi, sentimen, harapan, keyakinan, latar belakang kebudayaan, pengalaman, dsb. maka opini tidak selalu rasional. Tapi sering kali bersifat subyektif. Keterangan-keterangan yang lengkap sangat diperlukan dalam proses pembentukan opini publik.

Bagi beberapa golongan kadang-kadang sesuatu informasi tak mungkin dapat didiskusikan karena berbagai faktor. Misalnya faktor adat istiadat, faktor pengetahuan yang sangat terbatas dsb. Tapi bagi golongan lainnya suatu informasi bisa menjadi bahan perdebatan yang dahsyat.

Persoalan yang didebatkan ini dalam prosesnya semakin lama semakin terkonsolidasi hingga akan lahir bentuk-bentuk opini tertentu

terhadap soal yang diperdebatkan itu. Bila opini mengenai soal yang diperdebatkan tadi didukung oleh sebagian besar orang, maka tercapailah suatu “social judgement”, penilaian social mengenai suatu persoalan yang didiskusikan atau dipertentankan itulah yang disebut “public opinion” atau opini publik.³²

3. Definisi “Publik” dalam kerangka kerja Humas

Lawrence W. Nalte dalam sebuah bukunya *Fundamental of Public Relations* menafsirkan ‘publik’ sebagai “semua yang berminat atau merasakan pengaruh dari suatu organisasi, di mana pendapat dan dukungan yang diberikan juga dirasakan oleh pihak yang membuat pengaruh”.³³

Pendapat yang serupa dikemukakan Cutlip dan Center dalam bukunya *Effective Public Relations* yang menegaskan bahwa publik adalah “kelompok-sekelompok orang –orang yang sama-sama terikat oleh suatu kepentingan yang sama dan menunjukkan perasaan kebersamaan” (*a group of individuals tied together by some common bound of interest and sharing a sense of togetherness*).³⁴

Hal yang perlu di ingat bahwa publik tidak saja dapat dipengaruhi, tetapi juga dapat mempengaruhi siapa saja yang bisa dipengaruhinya. Dengan demikian, istilah publik dapat memiliki pengertian yang berbeda jika dilihat dari sudut pandang pemakaiannya (tipe publik).

³² Abdurrachman Oemi, *ibid*, hal. 55-56.

³³ Hamdan Adnan & Hafied Cangara, *Op. Cit*, hal. 146.

³⁴ Onong, Uchjana Effendy, *Loc. Cit*, hal.17.

4. Tipe Publik

Beberapa ahli menggolongkan secara berbeda mengenai macam atau tipe publik dalam kerangka kerja humas. Sebagian besar ahli membagi menjadi dua macam tipe yaitu :

a. Publik Intern

Yang dimaksud dalam publik intern adalah publik yang menjadi bagian dari unit usaha/badan/perusahaan/instansi itu sendiri.

b. Publik Ekstern

Yang dimaksud dengan publik ekstern adalah “orang luar” atau publik umum (masyarakat) di mana industri atau usaha itu berada, yang harus diberi penerangan atau informasi demi tumbuhnya *goodwill* dari mereka.³⁵

Namun dalam praktek kehumasan di Pondok pesantren Islam Al-Mukmin, publik dalam hal ini peneliti jabarkan sebagai berikut :

1. Publik internal Pondok pesantren Islam Al-Mukmin

- a. Pengurus Yayasan;
- b. Dewan Asatidz/ah;
- c. Murid/santri;
- d. Karyawan;

2. Publik eksternal Pondok pesantren Islam Al-Mukmin

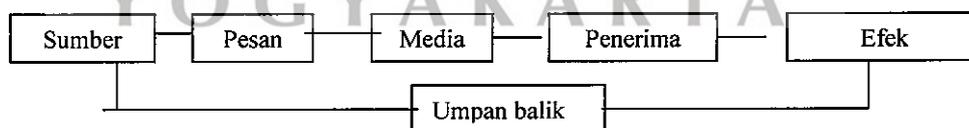
- a. Press Relations; mengatur dan memelihara hubungan dengan pers atau mass media.

³⁵ F. Rachmadi, *Loc. Cit*, hal. 13.

- b. Government Relations; mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah seperti Pemerintah RI, Depag, Depdiknas, POLRI, Deplu, dll.
 - c. Community Relations; mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.
 - d. Customer Relations; mengatur dan memelihara hubungan dengan para pelanggan dalam hal ini para wali murid, donatur, dan organisasi ponpes lainnya.
- e. Proses Hubungan Masyarakat

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

Public Relations digambarkan sebagai input – output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Hal tersebut digambarkan sebagai model proses komunikasi sebagai berikut.



Pertama-tama diadakan penelitian atas persoalan yang sedang dihadapi, untuk mengetahui dalamnya dan luasnya pendapat masyarakat atau pendapat suatu golongan terhadap persoalan yang muncul.³⁶

Publik intern dan ekstern yang menjadi sasaran humas itu amatlah kompleks, dan manajemen organisasi yang didukungnya cukup rumit sehingga untuk menanganinya secara efektif dan efisien perlu adanya kegiatan yang sistematis dalam berlangsungnya proses humas.

Dalam melaksanakan pekerjaan Hubungan Masyarakat diperlukan suatu metode yang dibagi dalam beberapa tahap atau tingkatan. Pada dasarnya proses humas haruslah sejalan dengan proses komunikasi. Menurut Cultip & Center komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap, yakni :

1. Fact-finding
2. Planning
3. Communication
4. Evaluation.

1. Fact-finding

Fact-finding merupakan tahap pertama dalam proses ini. Yang dimaksud dengan fact-finding adalah mencari/mengumpulkan fakta-fakta/data sebelum seorang melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Misalnya seorang PRO dari sebuah lembaga, sebelum ia melakukan tugas-tugasnya, harus mengetahui terlebih dahulu tentang :

- a. Apa yang diperlukan publik;
- b. Siapakah yang termasuk dalam publik ini;

³⁶ S.K. Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), hal. 37.

- c. Bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai segi;
- d. Bagaimana publik bersikap : menentang, masa bodoh, dsb.

2. Planning

Baerdasarkan fakta-fakta/data tadi seorang PRO membuat rencana tentang apa yang akan dilakukan dalam menghadapia problem-problem itu. Untuk menghindarkan dari kegagalan dalam melaksanakan tugasnya dan memperoleh hasil yang diharapkan, maka komunikasi itu harus well-planned disamping memikirkan anggaran yang diperlukan juga memikirkan tentang komunikasi yang meliputi :

- a. *Sender* atau komunikator (encoder). Siapa orangnya yang tepat ? apakah ia memenuhi syarat ? misalnya : jujur, berakhlak baik, cakap, understanding, bijaksana, sudah dikenal dimasyarakat, dsb.

Komunikator dapat berupa seorang individu yang mewakili suatu badan /instansi atau berupa perorangan dan biasanya orang yang sudah dikenal masyarakat disebut "*opinion leader*".

- b. *Message* (pesan). Pernyataan yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan ? apa maksud dan tujuannya ? reaksi apa yang akan ditimbulkan ?.

Message dapat disampaikan dengan cara lisan, tertulis, menggunakan gambar-gambar, atau lambang-lambang lainnya yang "*meaningful*" bagi kedua belah pihak (komunikator dan komunikan).

"*Message*" yang disampaikan dengan lisan dapat dilakukan secara langsung (*direct*) dan secara tidak langsung (*indirect*). Secara

langsung adalah dengan : “face to face communication” secara tidak langsung adalah dengan melalui : misalnya televisi, radio, majalah, surat kabar, dsb.

c. *Media*, dalam hal ini media apa yang tepat untuk menyampaikan “Message” ini? Dan waktunya yang tepat kapan?

d. *Komunikasikan*. Kepada siapa “Message” itu ditujukan (seorang individu, kelompok massa). Bagaimana pengetahuan komunikasikan tentang masalah yang ada hubungannya dengan “Message” itu ? Apa background komunikasikan ? dsb.

3. Communicating

Setelah rencana itu disusun dengan sebaik-baiknya sebagai hasil pemikiran yang mantap dan matang berdasarkan fakta-fakta/data yang telah dikumpulkannya, PRO kemudian melakukan “operasinya”.

4. Penilaian atau Evaluasi

Penilaian atau evaluasi merupakan tahap terakhir yang sering diabaikan oleh bagian humas. Padahal setiap usaha atau kegiatan perlu di evaluasi agar dapat mengetahui sejauh mana hasil yang telah dicapai dalam sebuah proses humas.

Fungsi penilaian itu sendiri adalah mengkaji pelaksanaan suatu rencana yang terdiri atas program-program yang dalam penyusunannya ditunjang oleh hasil penelitian yang dilakukan secara seksama. Pada tahap ini dilakukan telaah terhadap faktor-faktor penghambat apabila dalam pelaksanaannya ternyata mengalami hambatan atau kesulitan. Hal

ini dilakukan agar pada kesempatan yang lain pada kegiatan yang sama tidak dijumpai lagi hambatan yang sama.

Evaluasi yang dilakukan oleh suatu badan atau bagian dapat berdasarkan analisa mengenai data hasil survey yang diadakan secara kontinu misalnya : tentang isi surat-surat kabar atau mass media lainnya, reaksi orang-orang terkemuka yang dapat bdianggap sebagai wakil-wakil rakyat (partai-partai politik, organisasi-organisasi, dsb), laporan-laporan, dll.³⁷

3. Tinjauan Umum tentang Pondok Pesantren

Sebagai model pendidikan Islam di Indonesia ada yang mendefinisikan pesantren adalah asrama dan tempat murid belajar mengaji,³⁸ pada pesantren yang lebih besar dimana menetap beberapa ratus bahkan ribuan murid/santri yang mengikuti pendidikan, jumlah bangunan dalam pesantren juga banyak sehingga merupakan desa tersendiri.³⁹

Hakikatnya pendidikan pesantren tidak lepas dari Islam, dan pendidikan pesantren bermula tidak lama setelah Islam masuk ke nusantara. Alasannya sangat sederhana, Islam sebagai agama dakwah, disebarkan secara efektif melalui proses transmisi ilmu dari ulama ke masyarakat (*tarbiyah wa ta'lim*, atau *ta'dib*). Hal ini dapat dibuktikan diantaranya dari metode pembelajaran dipesantren seperti metode *sam'* (menyimak), *syarh*

³⁷ Oemi Abdurrahman, *Loc. Cit*, hal. 31-33.

³⁸ W.J.S. Poerwadarminta, *Loc. Cit*, hal. 748.

³⁹ Kareel A. Steenbrink, *Loc. Cit*, hal. 16.

(penjelasan ulama), *halaqah*, metode *tahfidz* (hafalan) dll. yang kesemuanya berasal dari tradisi intelektual Islam.⁴⁰

Pondok pesantren merupakan ciri khas basis kegiatan keagamaan yang membedakannya diluar wilayah Asia tenggara. Meski prototype lembaga belajar Islam ini masih merupakan adopsi dari bentuk awalnya di Timur Tengah. Di Indonesia pesantren tidak hanya sebatas sebagai lembaga pendidikan dan penyiaran agama, dengan figur sentral kyai atau ustadz sebagai pemimpin pondok biasanya peranan pemimpin pondok pesantren juga menjadi penting dimasyarakat.

Bila dikaitkan dengan masalah pentingnya humas dalam pondok pesantren, maka hal tersebut tergantung dari besar-kecilnya pondok dan peranannya dalam masyarakat. Biasanya humas dalam pondok pesantren terkait dengan permasalahan pondok sebagai pusat pendidikan.

Hamdan Adnan dan Hafied Cangara mengemukakan keharusan dari humas pendidikan untuk mampu menjaga nama baik lembaganya.⁴¹ Humas pendidikan dituntut aktif untuk mengembangkan hubungan yang baik dengan publik intern maupun publik ekstern. Bila peneliti contohkan dalam pondok pesantren hubungan baik dengan publik intern yang harus dibina ialah dengan para alumni pondok, dewan pengajar (ustadz/ustadzah), orang tua murid/santri. Sedangkan publik ekstern yang harus dibina hubungan dengan baik antara lain pemerintah, pondok pesantren lainnya.

⁴⁰ Hamid Fahmy Zarkasy, *Hutang Bangsa Pada Pesantren* (artikel pada *Sabili* no. 9 TH XI), (Jakarta : PT Bina Media Sabili) 2003, hal. 118.

⁴¹ Hamdan Adnan & Hafied Cangara, *Op. Cit*, hal, 38.

4. Tinjauan Umum tentang Peranan dan Kedudukan Humas

Peranan secara etimologis diartikan suatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan utama.⁴² Secara terminology peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peranan⁴³.

a. Definisi Peranan Dan Kedudukan

Perbedaan peranan dan kedudukan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan, keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan, oleh karena itu yang satu tergantung pada yang lainnya dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau sebaliknya. Peranan menentukan apa yang dibuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya. Soerjono Soekanto memberikan dua istilah antara yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Istilah tersebut ialah peranan dan kedudukan.

Kedudukan diartikan sebagai posisi seseorang dalam masyarakat, kedudukan merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat, sedangkan peranan lebih banyak menunjuk fungsi atau penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Peranan mencakup 3 hal yaitu :

1. Peranan mengikuti norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini

⁴² W.J.S. Poerwadarminta, *Op. Cit*, hal. 675.

⁴³ Soerjono Soekanto, *Loc. Cit*, hal. 268.

merupakan rangkaian-rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.

2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai suatu organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.⁴⁴

Menurut James AF. Stoner dan Edward R. Freeman peran adalah pola-pola perilaku yang diharapkan dari seseorang individu dari suatu unit sosial. Mereka menambahkan bahwa perilaku yang diharapkan bersifat fungsional. Jadi peran-peran yang terkandung dalam fungsi-fungsi yang ada.⁴⁵

b. Peranan Humas

Menurut F. Rachmadi "*peranan*" dalam humas di lembaga swasta (non pemerintah) mempunyai tujuan untuk menciptakan *iklim* pendapat umum (public opinion) yang menguntungkan.⁴⁶ Hal ini menggambarkan bagaimana bagian humas diharuskan berperan dalam mengelola dan membina bukan hanya hubungan yang baik dengan publik tetapi juga opini publik itu sendiri.

c. Kedudukan Humas

Bila kedudukan disebutkan diatas merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat maka yang

⁴⁴ Soerjono Soekanto, *Ibid*, hal. 268 – 269.

⁴⁵ Willhelmus W. Bakowatun dan Benjamin Molan (penerjemah), *Management*, (Jakarta : Intermedia, 1994), hal. 20.

⁴⁶ F. Rachmadi, *ibid*. hal. 80.

dimaksud dengan kedudukan humas ialah status yang menunjukkan tempat bagian humas dalam struktur organisasi.

Bila diklasifikasikan menurut kedudukan dalam struktur organisasi, maka posisi kedudukan dapat dibagi menjadi 2 yaitu pada pertama tataran *top manager*, dalam hal ini humas memiliki kewenangan khusus dalam penentuan kebijakan informasi. Pada tataran kedua humas berada *dalam struktur* organisasi yang berarti humas berada dibawah hirarki kepengurusan yang dipimpin oleh jajaran pimpinan organisasi. Kewenangan humas pada tataran ini tidak dapat secara langsung menentukan kebijakan dalam pemberian informasi tanpa konsultasi dengan jajaran pimpinan organisasi terlebih dahulu.

Dalam survey pendahuluan peneliti menemukan fakta bahwa kedudukan bagian humas PPI Al-Mukmin identik dengan tipe kedua yaitu bagian humas berada didalam struktur organisasi dibawah jajaran pimpinan kepengurusan PPI Al-Mukmin.

G. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mencari fakta, *fact finding*, dengan interpretasi yang bertujuan untuk membuat deskripsi yang tepat, secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang

diteliti.⁴⁷ Penelitian ini memberikan gambaran yang lengkap mengenai peranan bagian Humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subjek penelitian yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah Bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik.

Sumber informan utama dalam penelitian ini adalah Kahumas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin yaitu SM. Irsyad Fikri, S.Sos.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah peranan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan untuk memperoleh data yang lengkap, obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, adalah:

a. Wawancara atau *Interview*

Wawancara Yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara terhadap pihak-pihak yang terlibat di bagian humas Pondok Pesantren Islam Al-Mukmin. Wawancara disajikan dalam bentuk

⁴⁷ Iwan Suhartono, *Metode penelitian Sosial*, (Bandung: Rosda Karya, 2002), hal. 35.

pertanyaan yang berkaitan dengan tema yang di inginkan. penelitian ini menggunakan *interview* bebas terpimpin, dimana *interviewer* membawa kerangka pertanyaan, *frame work of question*, untuk di sajikan dan bersifat longgar tanpa keluar dari pedoman yang dipakai melalui wawancara tidak terstruktur, yaitu hanya dengan memuat garis-garis besar yang dipertanyakan.⁴⁸ Metode *interview* ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

- 1) Dokumentasi, seperti Visi dan Misi Bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dan struktur organisasi.
- 2) Bentuk-bentuk kegiatan bagian humas Pondok pesantren Islaam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik.
- 3) Faktor penghambat dan pendukung bagian humas Pondok pesantren Islam Al- Mukmin dalam mengelola opini publik.

b. Observasi

Observasi yaitu salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Metode observasi yang digunakan adalah metode observasi nonpartisipan, dimana *observer* tidak mengambil bagian dalam kegiatan yang sedang di observasi.⁴⁹ metode observasi ini di gunakan untuk memperoleh data tentang mekanisme kegiatan bagian humas Pondok pesantren dalam mengelola opini publik.

⁴⁸ *Ibid*, hal: 132.

⁴⁹ Sutrisno Hadi, *Metode Reseach*, (Yogyakarta: Andi offset, 1992), hal. 136.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang ada pada benda-benda tertulis. Adapun jenis data yang digunakan dalam pengumpulan dokumen-dokumen tersebut meliputi buku-buku, peraturan-peraturan tertulis, notulen rapat, dan catatan harian. Metode dokumentasi merupakan usaha untuk mengumpulkan data dari dokumen-dokumen atau catatan-catatan penting yang ada hubungannya dengan penelitian ini untuk kelengkapan data yang diperoleh dari obyek. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang:

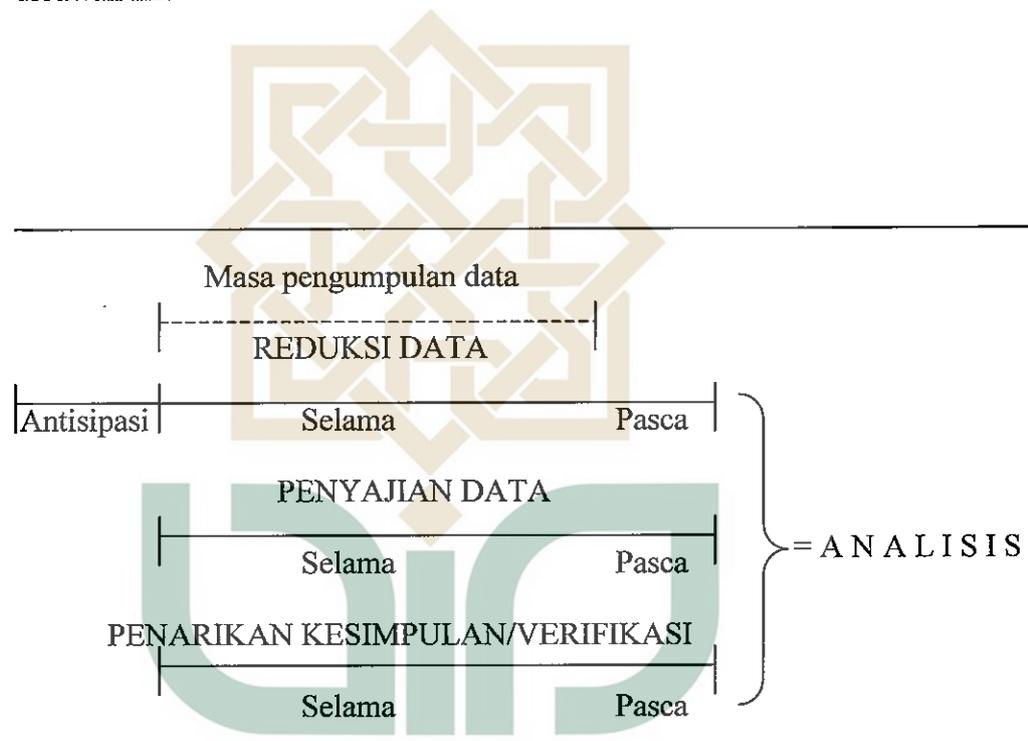
- 1) Kegiatan-kegiatan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik.

4. Metode Analisis Data

Untuk mengolah data dalam penelitian ini akan digunakan metode analisa model Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, yang mengatakan bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Yaitu dengan cara sebagai berikut: *Pertama*, reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, perumusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. *Kedua*, penyajian data, yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. *Ketiga*, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Dari pengumpulan data, penganalisis kualitatif

mulai mencari *arti* benda-benda yang mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin alur sebab akibat dan proposisi.⁵⁰

Secara umum dapat digambarkan dalam bagan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Komponen-komponen Analisis Data: Model Alir

Demikianlah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, agar memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan atas penelitian peranan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik.

⁵⁰ Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, (Pen.) Tjejep Rohendi Rohidi, *Analisis Data Kualitatif: Buku sumber tentang Metode-metode Baru*, (Jakarta: UI Press, 1992), hal. 16-19.

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik ini merupakan cara yang di gunakan untuk mengukur keobjektifan data agar hasil penelitian ini benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi, maka digunakan metode pemeriksaan keabsahan data dengan teknik triangulasi dengan menggunakan sumber, dimana teknik pemeriksaan data yang diperoleh dengan memanfaatkan suatu sumber yang lain diluar data itu dengan membandingkan data yang di peroleh melalui waktu dan alat yang yang berbeda yang digunakan dalam penelitian ini.⁵¹

Adapun langkah-langkah yang peneliti gunakan sebagai berikut :

1. membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan kahumas sebagai informan utama dengan informan lainnya.
2. membandingkan antara apa yang dikatakan informan secara pribadi dengan hasil obsevasi lapangan.
3. membandingkan hasil wawancara antara informan dengan isi dokumen yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini peneliti susun sebagai berikut :

BABI : PENDAHULUAN

⁵¹ Lexi. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hal. 177

Dalam bab ini peneliti menjelaskan apa yang dijadikan permasalahan dalam penelitian ini yaitu Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Kerangka Teoritik, Metode Penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN ISLAM AL – MUKMIN DAN BAGIAN HUMAS

Dalam bab ini peneliti memberikan keadaan deskriptif keadaan pondok pesantren Islam Al-Mukmin dan bagian humasnya dengan memperhatikan struktur bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam struktur keorganisasian yayasan.

BAB III : PENGELOLAAN OPINI PUBLIK

Dalam bab ini peneliti membahas hasil penelitian dengan diawali mengamati pelaksanaan kegiatan bagian humas dan pemanfaatan media-media yang digunakan dalam tugas humas sehari-hari termasuk didalamnya memberikan analisis kinerja humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin dalam mengelola opini publik dan sistem manajemen humas yang diterapkan.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab ini peneliti mencoba menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan setelah mengamati peranan bagian humas dalam mengelola opini publik dan menganalisa faktor-faktor pendukung serta penghambat untuk memperoleh kesimpulan yang baik sehingga dapat memberikan saran ataupun masukan yang bermanfaat dalam pengembangan bagian humas Pondok pesantren Islam Al-Mukmin.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam bab terakhir ini peneliti mencoba menarik kesimpulan dari hasil penelitian pada bagian humas PPI Al-Mukmin mengenai peranan bagian humas PPI Al-Mukmin dalam mengelola opini publik : (1) pelaksanaan program kerja humas; (2) pemanfaatan media dalam mengelola opini publik; (3) factor penghambat dan pendukung. Dalam bab ini peneliti juga menarik kesimpulan atas manajemen krisis dan evaluasi kinerja humas.

1. Program kerja humas

- a. Program kerja humas secara definitive atau tugas yang dibebankan pada bagian humas (dalam keadaan normal) berjalan cukup efektif.
- b. Kekurangannya, bagian humas PPI Al-Mukmin tidak memiliki staf humas tersendiri. Dengan kata lain kahumas PPI Al-Mukmin sekaligus merangkap menjadi staf.
- c. Anggaran yang ditetapkan untuk membiayai program kerja humas sangat minim sehingga hasil yang didapat tidak sepenuhnya optimal atau sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.
- d. Kekurangan anggaran dan tidak adanya staf khusus humas membuat program yang direncanakan dan dijalankan kurang maksimal.

- ##### **2. Pemanfaatan media dalam mengelola opini publik dengan memanfaatkan berbagai media, baik media house journal, media relations maupun non media relations dan non house journal meliputi :**

a. Pemanfaatan media house journal

1. Secara garis besar pembuatan media house journal sudah cukup efektif, media house journal cukup mampu menjadi media penyampaian informasi baik kepada publik intern maupun ekstern.
2. Untuk majalah Al-Mukminun kekurangannya hanya pada (1) tiras yang kecil (1.939 eksemplar); (2) frekuensi terbit hanya tri wulan sekali; (3) *cover price* dan terbatasnya halaman dan *feature* yang berhubungan dengan keadaan PPI Al-Mukmin.

b. Pemanfaatan media relations

1. Pada umumnya pengelolaan media relations, masih kurang efektif dan efisien hal ini dikarenakan belum terbiasanya humas PPI Al-Mukmin menjalin relasi dengan pers dalam rangka pengelolaan opini publik. Hal ini terlihat seperti pada :
 - a. Press release, yang dilakukan PPI Al-Mukmin masih terdapat banyak kekurangan seperti lemahnya relasi dengan pers (kurang luasnya *media link*). Hal tersebut juga terjadi pada konferensi pers sehingga cakupan khalayak (publik) kurang luas dan pada akhirnya mempengaruhi daya penyebaran informasi dan pembentukan opini.
 - b. Konferensi pers yang diselenggarakan hanya melalui sebuah tim kecil yang dikepalai kahumas dan dibantu oleh ustadz-ustadzah junior. Hal tersebut terkadang menimbulkan *overlapping* (tumpang tindih) antara tugas mereka sebagai guru/pengajar di PPI Al-Mukmin dan kewajiban membantu tugas humas.

c. Press luncheon dan wawancara pers merupakan program kerja media relations yang paling berhasil diantara program kerja media relations lainnya. Catatan untuk press luncheon terdapat dua kekuarangan yaitu (1) kegiatan ini cukup terlambat, karena baru diselenggarakan \pm 1 tahun setelah pemberitaan TIME edisi 17 Maret 2003. (2) kurangnya umpan balik media sebagai bentuk mekanisme kontrol pasca press luncheon.

c. Pemanfaatan non media relation dan house journal

1. Berbagai macam kegiatan yang tidak terkait dengan hubungan media (non media relations) dan pembuatan house journal (non house journal) telah berjalan sangat baik.

Kegiatan seperti temu alumni pertemuan BP-3 dan pertemuan intern (untuk publik internal) ataupun kunjungan (untuk publik eksternal) merupakan sarana yang baik untuk membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik. Ada beberapa hal yang perlu *ditambah* seperti diadakanya kegiatan open house dan pembuatan situs interne

3. Sedang mengenai faktor penghambat dan faktor pendukung dalam mengelola opini publik di bagian humas PPI Al-Mukmin, yang menjadi persoalan yang mendasar yang menghambat dari kegiatan mengelola opini publik adalah tidak adanya staf humas dan kurangnya sumber daya manusianya dan minimnya anggaran dana untuk membiayai program kerja bagian humas sehingga hasil yang didapat menjadi tidak optimal.

Sedangkan yang menjadi factor pendukung adalah terdapat kerjasama yang baik antara bagian humas dan pengurus PPI Al-Mukmin dan para ustadz-ustadzah serta dukungan dari walimurid dan BP-3 yang ada sehingga kegiatan dalam mengelola opini publik dapat berjalan efektif.

B. SARAN

Saran yang peneliti ajukan dalam hal ini terkait dengan hasil penelitian terhadap kinerja dan peranan humas PPI Al-Mukmin dalam pengelolaan opini publik. Beberapa saran yang diajukan peneliti sebagai masukan dalam pengembangan bagian humas PPI Al-Mukmin kedepan

1. Bagian humas PPI Al-Mukmin perlu memiliki staf humas tersendiri untuk membantu aktivitas humas.
2. Perlunya pengelolaan media house journal yang lebih baik dengan (1) peningkatan anggaran; (2) peningkatan bobot kualitas dari segi isi, tampilan (display); (3) kebijakan *cover price* atau *free issue*.
3. Peningkatan profesionalitas dalam mengelola media relations seperti dengan penulisan press release yang baik, meluaskan hubungan dengan media yang penting (*press relations*).
4. Perlunya diadakan *open house* sebagai media untuk penyebaran informasi yang seluas-luasnya tentang keadaan riil PPI Al-Mukmin.
5. Perlunya PPI Al-Mukmin membuat *home page* sebagai wahana untuk membantu tugas-tugas humas karena dengan pemanfaatan situs internet dapat dilakukan : (1) publik dapat mengakses *press release* dalam *home page* dan memperoleh informasi yang detail tentang keadaan pondok; (2)

humas dapat mengirimkan *press release* atau *news release* yang dikirim melalui internet dan diakses secara tidak terbatas oleh publik siapapun dan dimanapun; (3) humas dapat membuat *mailing list* untuk menyebarkan *press release* kepada publiknya melalui kotak *e-mail*.

1. Manajemen krisis

Pembentukan manajemen krisis perlu dilakukan PPI Al-Mukmin dalam rangka pemulihan citra (*recovery image*). Humas memiliki peranan penting dalam menangani masa krisis, mengingat masa krisis dapat berdampak negatif terhadap citra organisasi oleh karena itu humas merupakan fungsi manajemen yang strategis.

Saran yang peneliti ajukan ialah dalam masa-masa krisis (seperti tuduhan terorisme) PPI Al-Mukmin selayaknya membentuk tim penanggulangan krisis. Tim khusus ini harus dikoordinasikan langsung dibawah pimpinan pondok dengan dibantu seluruh elemen pondok yang ada. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam mengatasi krisis adalah :

- a. *Fact finding*, yaitu dengan mencari dan mengumpulkan data serta mengidentifikasi permasalahan yang timbul.
- b. Membentuk pusat informasi.
- c. Memilih juru bicara yang handal dengan dibekali informasi dan data yang akurat.
- d. Memberikan keterangan yang cukup, jelas dan benar pada pers.
- e. Membuat dokumentasi peristiwa-peristiwa penting dalam bentuk foto, rekaman video atau tape sebagai data.

- f. Memperbaharui data-data pers dari waktu ke waktu.
- g. Memusatkan tugas pemberian keterangan pers hanya pada juru bicara.
- h. Melayani dengan cepat dan baik permintaan pers yang berkenaan dengan kepentingan informasi mereka.⁹⁴

2. Evaluasi

Evaluasi dalam proses humas merupakan tahap terakhir yang sering sekali diabaikan, dan terkadang timbul kesan bahwa evaluasi hanya dilakukan jika sebuah program yang direncanakan atau dijalankan gagal. Padahal hakekat evaluasi adalah untuk menilai setiap program yang dijalankan dalam kegiatan humas.

Menurut Ferencic, penelitian evaluasi adalah metode dan teknik penelitian sistematis yang digunakan untuk pengambilan keputusan ataupun penilaian tentang suatu program kerja kegiatan. Sementara tujuannya, kata Ferencic, untuk mengetahui apakah suatu kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.⁹⁵

PPI Al-Mukmin masih belum melakukan evaluasi secara baik padahal evaluasi itu merupakan hal yang penting karena evaluasi humas sama dengan *audit humas*. Sedangkan audit humas sangat bermanfaat untuk mengetahui posisi suatu lembaga bagi publiknya (baik internal maupun eksternal). Evaluasi atau penilaian setiap kegiatan sangat

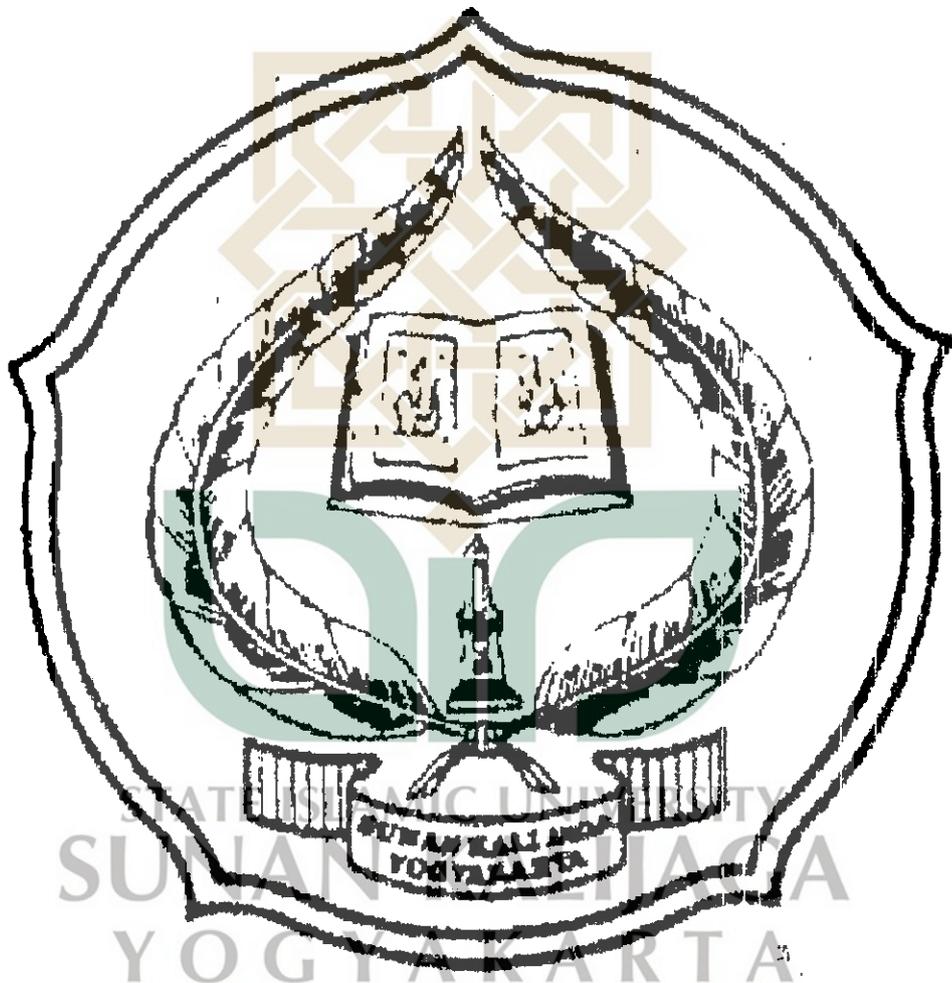
⁹⁴ Soleh Soemirat, *ibid*, hal 185-186.

⁹⁵ M. Jamiluddin Ritonga, *ibid*, hal 121.

berpengaruh pada suatu lembaga dalam artian berdampak terhadap perkembangan atau kemajuan suatu lembaga.

Selama ini PPI Al-Mukmin tidak memiliki mekanisme evaluasi yang jelas dan pertanggungjawaban atas setiap kegiatan humas. Dengan penerapan evaluasi yang baik sebagai bentuk audit humas peneliti mengharapkan humas PPI Al-Mukmin dapat maju dan berkembang lebih baik terutama dalam pengelolaan opini di masa krisis.





DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, Djafar H,1982, *Hubungan Masyarakat dalam Praktek*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Rineka Cipta, Jakarta .
- Adnan, Hamdan dan Hafied Cangara,1996, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*. Usaha Nasional, Surabaya.
- Bakowatun, Willhelmus W. dan Benjamin Molan (penerjemah), *Management*,1994, Intermedia, Jakarta.
- Bonar, S.K, *Hubungan Masyarakat Modern*, 1996Rineka Cipta, Jakarta.
- Black, Sam dan Melvin L. Sharpe, *Ilmu Hubungan Masyarakat Praktis*, 1981, Rineka Cipta, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 1993, *Human Relations dan Public Relations*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 1998, *Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 2002, *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosda karya, Bandung.
- Hadi, Soetrisno, 1994, *Metodologi Research*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Malik, Dedy Djamiluddin dan Yosol Iriantara, 1994, *Komunikasi Persuasif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mas' oed, Mochtar, 1988, *Teori dan Metodologi Hubungan Internasional*. PAUS UGM, Yogyakarta.
- Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*, Penerjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi UI Pres, Jakarta
- Moleong, Lexy J., 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Poerwadarminta, W.J.S,1982, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. PN. Balai Pustaka, Jakarta.

- Qodir, Zuly, 2003, *Ada Apa dengan Pondok Pesantren Ngruki*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Rachmadi, F, 1994, *Public Relations (dalam Teori dan Praktek)*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rahardjo, M. Dawam, 1983, *Pesantren dan Pembaharuan*, LP3ES, Jakarta.
- Rakhmat, Djalaluddin, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Soekanto, Soerjono, 2001, *Sosiologi (Suatu Pengantar)*, Rajawali Press, Jakarta.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, 2003, *Dasar-Dasar Public Relations*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- S. Susanto, Astrid, 1993, *Globalisasi dan Komunikasi*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Steenbrink, Karel A, 1982, *Pesantren : Madrasah Sekolah*, LP3ES, Jakarta.
- Thanthowi, Jawahir, 1983, *Unsur-Unsur Manajemen Menurut Ajaran Al-Qur'a*, Pustaka Al-Husna, Jakarta.
- Van Der Veur, Barbara W, 1981, *Persiapan dan Penulisan Skripsi*, CV. Antarkarya, Surabaya.
- Widjaja, A.W, 1993, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Format VCD (dokumentasi Bpk. Solichin), *Liputan TV7, Metro TV, Trans TV: Evakuasi Paksa dari PKU Solo dan Kondisi Terakhir serta Wawancara Reporter NHK di RS POLRI Jakarta : Abu Bakar Ba'asyir Sang Teroris*.