

**Manajemen PR Dalam Meningkatkan Minat Mendaftar
Santri Melalui Instagram di Pondok Pesantren Ibnul
Qoyyim Putra Yogyakarta**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Inawati Damayanti

19107030128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inawati Damayanti

NIM : 19107030128

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya ajukan ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

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

Yogyakarta, 19 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Inawati Damayanti

NIM. 19107030128

NOTA DINAS PEMBIMBING



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'alaikum Wr. Wb

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

Nama : **Inawati Damayanti**
NIM : 19107030128
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

MANAJEMEN PR DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT MENDAFTAR CALON SANTRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI PONDOK PESANTREN IBNUL QOYYIM PUTRA 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 terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 04 November 2025
Pembimbing


Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP : 19830111 201503 2 004

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1471/Un.02/DSH/PP.00.9/04/2026

Tugas Akhir dengan judul : Manajemen PR Dalam Meningkatkan Minat Mendaftar Santri Melalui Instagram di Pondok Pesantren Ibnuul Qoyyim Putra Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : INAWATI DAMAYANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030128
Telah diujikan pada : Rabu, 11 Februari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6f0cda9f03ef



Penguji I
Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 69c257929783



Penguji II
Handini, S.I.Kom., M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 69cb3ec347535

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 11 Februari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 69cdd652279e4

HALAMAN MOTTO

“Luka hari ini adalah pelajaran untuk membentuk versi diri yang lebih kuat. Tak apa merasa lelah, selama tidak berhenti percaya pada diri

sendiri”

Life Goes On



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukru penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita menuju zaman yang terang benderang.

Atas izin Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I., M.Si. selaku Kepala Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Bapak Bono Setyo, M.Si. selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan program studi saya.
3. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang selal membantu dan memberikan arahan serta motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai.
4. Ibu Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk kritik, saran, serta masukan yang sangat berharga dalam penyempurnaan skripsi ini.

5. Bapak Handini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, evaluasi, serta masukan konstruktif sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan lebih baik dan sistematis.
6. Ust Burhanadi Nurdin dan Ust Anang selaku narasumber yang telah bersedia memberikan izin, tempat dan informasi kepada penulis.
7. Kepada Kedua Orang tua penulis, Bapak Muhari dan Ibu Sulastri beserta adik tercinta Deva Naufal Prasetyo yang telah mendukung dan memberikan kepercayaan kepada penulis dalam setiap langkah dan perjalanan dalam menyelesaikan studi ini.
8. Almh Ibu Dr. Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si. dan Bapak Subadriyanto selaku keluarga penulis yang telah memberikan banyak motivasi dan semangat kepada penulis agar terus berjuang menyelesaikan studi ini.
9. Kepada Partner dan sahabat penulis Idzul, Anisa, Anin, Anggi, Ica, Aqma, anas dan rekan lainnya yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan studi ini.

Yogyakarta, 18 Januari 2026

Peneliti,

Inawati Damayanti

NIM: 19107030128

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| HALAMAN MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1. Manfaat Teoritis..... | 11 |
| 2. Manfaat Praktis | 12 |
| E. Tinjauan Pustaka..... | 12 |
| F. Landasan Teori | 18 |
| 1. Manajemen <i>PR</i> | 18 |
| 2. Media Sosial Instagram..... | 22 |
| 3. Minat Mendaftar..... | 24 |
| G. Kerangka Pemikiran | 27 |
| H. Metode Penelitian | 28 |
| 1. Jenis Penelitian..... | 28 |
| 2. Subjek dan Objek Penelitian..... | 29 |
| 3. Metode Pengumpulan Data..... | 29 |
| A. Wawancara..... | 29 |
| B. Observasi..... | 30 |
| C. Dokumentasi | 30 |
| 4. Metode Analisis Data..... | 30 |
| 5. Keabsahaan Data..... | 32 |
| BAB II GAMBARAN UMUM..... | 34 |
| A. Profil Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta..... | 34 |
| a. Kompetensi Kelulusan | 34 |
| B. Sejarah Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta..... | 35 |
| C. Lokasi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta | 36 |
| D. Motto, Visi Dan Misi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta | 37 |

| | |
|---|-----------|
| E. PSB (Penerimaan Santri Baru) Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta | 37 |
| F. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta..... | 38 |
| G. Media Sosial Instagram Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra | 39 |
| F. Manajemen PR Di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta..... | 43 |
| H. Program Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta | 47 |
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 51 |
| 1. Manajemen PR Perencanaan (<i>Planning</i>) dalam mempertahankan minat mendaftar calon santri melalui instagram..... | 55 |
| 2. Manajemen PR Pengorganisasian (<i>Organizing</i>) dalam mempertahankan minat mendaftar calon santri melalui instagram..... | 61 |
| 3. Manajemen PR Pengkomunikasian (<i>Communicating</i>) dalam mempertahankan minat mendaftar calon santri melalui instagram | 67 |
| 4. Manajemen PR Pengawasan (<i>Controlling</i>) dalam mempertahankan minat mendaftar calon santri melalui instagram | 73 |
| 5. Manajemen PR Penilaian (<i>Evaluating</i>) Dalam Mempertahankan Minat Mendaftar Calon Santri Melalui Instagram | 78 |
| 6. Triangulasi Data | 85 |
| BAB IV KESIMPULAN..... | 87 |
| A. Kesimpulan..... | 87 |
| 1. Fungsi Perencanaan (Planning)..... | 87 |
| 2. Fungsi Pengorganisasian (Organizing) | 88 |
| 3. Fungsi Pengkomunikasian (Communicating)..... | 88 |
| 4. Fungsi Pengawasan (Controlling)..... | 88 |
| 5. Fungsi Evaluasi (Evaluating) | 89 |
| B. Saran | 90 |
| 1. Bagi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta..... | 90 |
| 2. Bagi Tim PR dan Admin Media Sosial..... | 90 |
| 3. Bagi Peneliti Selanjutnya | 90 |
| 4. Bagi Pengembangan Ilmu Kehumasan | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 92 |

ABSTRACT

This study aims to examine the application of Public Relations (PR) management functions in maintaining prospective students' interest through social media, specifically Instagram, at Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta. A qualitative descriptive research method was employed, utilizing interviews, observations, and documentation. Based on Rosady Ruslan's (2016) theory, PR management functions include planning, organizing, communicating, supervising, and evaluating. The findings indicate that the PR team systematically implements management functions via Instagram features such as Reels, photos, videos, Stories, Captions, and Direct Messages (DM). The PR team has established a dedicated group for content production and publication while engaging in two-way communication with the audience. Routine evaluations are conducted to assess message effectiveness and refine communication strategies. The PR management functions are crucial in maintaining a positive institutional image and sustaining prospective students' interest through well-planned digital communication strategies.

Keywords: *Public Relations, PR Management, Instagram, Pondok Pesantren*



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen dalam perspektif komunikasi merupakan suatu proses dalam organisasi yang berfokus pada pengelolaan individu dan aktifitas komunikasi dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara terencana guna mencapai tujuan organisasi. Menurut Ruslan (2016), Proses manajemen tersebut dijalankan melalui fungsi-fungsi utama untuk meliputi perencanaan komunikasi (planning), pengorganisasian (organizing), penyusunan sumber daya manusia (staffing), kepemimpinan (leading), serta pengawasan terhadap pelaksanaan komunikasi agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Lembaga pendidikan merupakan salah satu sarana penting dalam upaya pengembangan sumber daya manusia. Melalui lembaga pendidikan, masyarakat memperoleh ruang untuk belajar dan berkomunikasi guna menambah pengetahuan dan membentuk generasi yang siap menghadapi tantangan global. Oleh karena itu, lembaga pendidikan, baik formal maupun nonformal, memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai keagamaan, karena perpaduan keduanya dapat membentuk generasi yang berwawasan luas, berakhlak baik, serta memiliki sikap tulus dan bertanggung jawab.

Pendidikan merupakan suatu proses yang bertujuan mengarahkan dan mengembangkan potensi manusia melalui pembinaan yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan. Salah satu lembaga pendidikan islam yang berfokus pada pendalaman ilmu keagamaan adalah Pondok Pesantren. Dalam pelaksanaan proses

pendidikan, pondok pesantren perlu didukung oleh sistem manajemen yang berperan penting dalam mengatur seluruh aktivitas pendidikan. Manajemen pada lembaga pendidikan pondok pesantren bertujuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan secara optimal, sehingga pesantren dapat berkembang menjadi lembaga yang lebih maju, terorganisasi dan tertata dengan baik.

Hubungan pondok pesantren dengan masyarakat merupakan hubungan yang saling membutuhkan, dari hubungan dua aspek ini akan memberikan dampak bagi kemajuan bagi pondok pesantren. Masyarakat mampu meninjau secara langsung bagaimana pondok pesantren mengemban tugasnya untuk mencerdaskan generasi bangsa. Maka, lembaga Pendidikan Islam harus mampu membuat strategi untuk menciptakan lembaga Pendidikan yang dinamis dan responsif bagi masyarakat. Dengan hal ini maka dibutuhkan dengan adanya manajemen PR atau hubungan masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan. (Fahmi & Untung, 2025)

Public relation berasal dari Bahasa Inggris yang bermakna hubungan masyarakat. Dalam kajian ilmu komunikasi, public relation dipahami melalui dua aspek utama. Pertama, aspek geografis, yaitu publik yang dibatasi oleh wilayah atau lokasi tertentu. (el Ishaq, 2015). Emerson Reck mendefinisikan public relation sebagai kelanjutan dari proses penetapan kebijakan, penentuan pelayanan, serta pembentukan sikap organisasi yang berorientasi pada kepentingan publik guna memperoleh kepercayaan. Sementara itu, Public Relation Association memandang public relations sebagai upaya yang dilakukan secara terencana untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya.

Manajemen berasal dari Bahasa Inggris yaitu *manage* yang berarti mengendalikan atau mengelola. Manajemen dapat dipahami sebagai proses pengelolaan suatu pekerjaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara mengkoordinasikan dan menggerakkan orang lain. Griffin menjelaskan bahwa manajemen merupakan serangkaian aktivitas yang diarahkan pada pengelolaan sumber daya organisasi guna mencapai hasil secara efektif dan efisien. Senada pemanfaatan seluruh faktor sumber daya yang diperlukan secara optimal untuk mencapai tujuan tertentu dengan baik. (Morissan, 2010)

Manajemen PR dapat dikaji secara konseptual, fungsional, serta berdasarkan unsur-unsur yang terlibat dalam berbagai aktivitas organisasi, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya. Manajemen PR diarahkan untuk mencapai tujuan komunikasi, baik melalui komunikasi dua arah yang bersifat timbal balik dalam membangun hubungan yang harmonis, maupun komunikasi persuasif satu arah, yang pada akhirnya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, serta hubungan yang positif antara organisasi dan publiknya (Ruslan, 2016).

Dalam konteks lembaga pendidikan, manajemen PR memiliki peran yang sangat penting karena berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat. Public Relations dituntut untuk aktif dalam mengkomunikasikan program kerja lembaga pendidikan kepada publik secara efektif. Hal ini juga berlaku pada lembaga pendidikan pondok pesantren yang memerlukan penerapan manajemen PR dalam mengelola komunikasi dengan masyarakat. Melalui komunikasi yang terencana, efektif, dan intensif, lembaga pendidikan pesantren dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hubungan masyarakat yang terstruktur dan didukung oleh

komunikasi yang baik akan mempermudah pesantren dalam menyelesaikan berbagai program pendidikan yang telah direncanakan.(Dakir, 2016)

Lembaga Pendidikan Islam memerlukan peran PR untuk menciptakan dan mengembangkan suatu persepsi dari masyarakat terhadap perkembangan lembaga Pendidikan Islam. Peran dari masyarakat berkaitan secara langsung maupun tidak langsung memiliki pengaruh yang signifikan untuk perkembangan suatu lembaga Pendidikan. Agar terwujudnya program-program di suatu lembaga Pendidikan tentunya memerlukan langkah-langkah yang kreatif dan inovatif, seperti menganalisis opini yang timbul di dalam lembaga pendidikan Islam ataupun dari masyarakat.(Brier & lia dwi jayanti, 2020)

Manajemen PR memiliki tujuan di lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas serta menciptakan daya tarik yang baik bagi lembaga tersebut yang ditujukan kepada Masyarakat. Manajemen PR dilakukan agar dapat menguntungkan kedua pihak yang terjalin antara lembaga pendidikan dan Masyarakat, oleh karena itu Masyarakat dapat mengetahui perkembangan lembaga Pendidikan dan dapat menarik minat Masyarakat terkhusus calon santri baru yang ingin mengetahui informasi terkini mengenai perkembangan lembaga Pendidikan tersebut.(Brier & lia dwi jayanti, 2020)

Salah satu langkah yang bisa ditempuh dengan menciptakan komunikasi dua arah dari pihak pondok dan masyarakat, membangun hubungan yang baik maupun komunikasi persuasif, yang pada akhirnya bertujuan untuk membangun saling pengertian, menghargai, dukungan yang baik hingga menciptakan citra positif (Ruslan, 2016). Minat merupakan manfaat penerimaan yang timbul dari diri sendiri untuk menyukai suatu objek baik berbentuk benda atau hal lain. Minat bisa muncul

karena ada ketertarikan dari luar dan bisa juga berasal dari hati. Minat yang tinggi terhadap sesuatu adalah keberanian yang besar untuk memperoleh tujuan yang diminati (Andi, 2018). Dalam mempertahankan minat mendaftar calon santri baru di pondok pesantren sangatlah erat hubungannya dengan menciptakan opini yang baik, serta menciptakan kreativitas untuk mempertahankan minat masyarakat sekitar terkait bagaimana kualitas pondok pesantren dimata masyarakat dan calon santri baru.

Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta adalah lembaga Pendidikan berbasis pondok pesantren, terdapat 2 (dua) jenjang sekolah di Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta yaitu MTs dan MA. Memasuki Tahun ajaran baru tentunya Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra terus berupaya untuk meingkatkan jumlah calon santri atau siswa baru setiap tahunnya. Seperti sekolah pada umumnya yang mengalami naik turunnya jumlah pendaftar baru, sama halnya pada masa Penerimaan Santri Baru (PSB) Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta mengalami penurunan jumlah santri yang mendaftar.

Ketika terjadi penurunan jumlah santri baru maka PR disuatu lembaga Pendidikan perlu membuat program untuk memecahkan permasalahan yang ada. PR bisa menggunakan Salah satu fungsi dari PR yakni Manajemen PR guna meninjau perkembangan yang terjadi di Divisi PR pondok pesantren. PR Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta perlu mempersiapkan beberapa program untuk mempertahankan minat mendaftar calon santri, maka kreativitas serta inovasi-inovasi perlu dipikirkan dengan matang agar pondok pesantren dapat dilirik oleh calon santri. Dengan tersusunnya program dari manajemen PR maka permasalahan yang timbul akan terbantu dengan program yang terlaksana dengan baik.

Pada masa pandemi *Covid* terjadi penurunan jumlah calon santri baru yang mendaftarkan diri di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta, ini menjadikan pihak PR pondok harus mencari jalan keluar agar ada penambahan calon santri yang minat untuk mendaftarkan diri di pondok. Adapaun data jumlah pendaftaran santri baru yang peneliti dapat dari pihak pengelola PSB (Penerima Santri Baru) pondok pesantren pada masa sebelum *pandemi Covid* dan sesudah *pandemi Covid*, berikut data calon santri baru dari tahun 2019-2022. Besarnya dampak yang hadapi pondok pesantren sehingga Manajemen PR perlu membuat beberapa program untuk mengembalikan eksistensi pondok pesantren dimata para calon santri diluar sana.

Tabel 1: Jumlah Daftar Calon Santri Bari Per Tahun

| NO | Tahun Ajaran | Jumlah Daftar Calon Santri Baru Per Tahun (Gel 1-3) | Jumlah Penurunan |
|-----------|---------------------|--|-------------------------|
| 1 | 2019/2020 | 110 | - |
| 2 | 2020/2021 | 92 | 18 |
| 3 | 2021/2022 | 13 (Gel 1) | 79 |
| 4 | 2022/2023 | 83 | Naik 4 |
| 5 | 2023/2024 | 76 | 7 |
| 6 | 2024/2025 | 86 | Naik 10 |

Sumber: KMI PPIQ Putra Yogyakarta, 2025

Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta terletak di Jl.Wonosari Km.10, Babadan, Sitimulyo, Piyungan, Bantul Yogyakarta. Lokasi lumayan strategis,

hal ini dikarenakan lokasi pondok sedikit masuk dari jalan raya, sehingga masyarakat yang awam dapat mengetahui lokasi dari website dan dari baliho pinggir jalan area Jl.Wonosari. inovasi yang sudah dilakukan untuk menarik minat santri baru saat ini adalah membuat brosur untuk dibagikan melalui online dan offline, serta humas pondok di beberapa kesempatan sering membagikan informasi terkait kegiatan pondok pesantren melalui laman web, salah satunya yaitu Instagram mereka agar masyarakat bisa mengikuti *update* kegiatan dari pondok pesantren.

Manajemen PR sangat diperlukan dalam melancarkan Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra mengingat minat santri baru yang mendaftar belum memenuhi harapan dari pondok. Hal ini ditinjau sejalan dengan fungsi manajemen PR yakni mengevaluasi dan mengantisipasi efek dari setiap tujuan dari setiap usulan, kebijakan, dan kepentingan pihak organisasi dengan pihak publik (Ruslan, 2016). Manajemen PR mengajarkan bagaimana cara menyelesaikan masalah dengan pedoman aturan dan langkah yang sudah ada pada buku terdahulu. Islam sendiri sudah mengatur bagaimana cara manusia untuk saling mengingatkan serta bekerjasama.

Dalam era digital, media sosial dijadikan salah satu alat komunikasi yang efektif dalam mempertahankan minat mendaftar Masyarakat terhadap suatu Lembaga, termasuk pondok pesantren. Pondok pesantren ibnul qoyyim putra Yogyakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai bagian dari Langkah atau fungsi manajemen PR untuk mempertahankan minat calon santri agar mendaftar. fungsi Manajemen PR menurut Rosady Ruslan, yang terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengkomunikasian (*communicating*), pengawasan (*controlling*), dan penilaian (*evaluating*). (Ruslan, 2016a)

Di era digital saat ini, media sosial dijadikan salah satu media yang penting digunakan dalam berkomunikasi serta berinteraksi dengan sesama pengguna atau Masyarakat diluar. Adapapun media sosial yang digemari banyak pengguna media sosial di Indonesia media sosial tersebut adalah Instagram. Instagram menyuguhkan fitur yang memudahkan penggunaanya untuk berbagi informasi yang bisa disertai gambar dan video kepada orang lain (Saputra, 2023). Dengan kemudahan yang diberikan, Instagram mampu memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menyebarkan secara cepat informasi terupdate pengguna.

Populernya Instagram dikalangan banyak orang menjadikan Instagram sebagai media promosi dengan cara pengkomunikasian yang sesuai dan praktis dalam memberikan informasi(Saputra, 2023). Penggunaan media sosial tentu juga sangat berpengaruh untuk menyebarkan informasi Pondok Pesantren Ibum Qoyyim Putra Yogyakarta, Adapun media sosial yang digunakan salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial untuk membagikan informasi atau moment pengguna Instagram berupa foto atau video (reels). Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra menggunakan salah satu platform media sosial Instagram untuk menginformasikan khalayak luar mengenai update informasi kegiaian ataupun informasi lainnya salah satunya seperti pengumuman pendaftaran santri baru. Melalui instagram penyebaran informasi sangatlah cepat untuk disebar kepada khalayak pengikutnya.(Hani et al., 2025)

Bagi seorang muslim sudah wajib hukumnya untuk membaca, menghafal, mempelajari serta mengamalkan Al-Quran. Banyak sekali keutamaan dan fadilah bagi seseorang yang membaca, menghafal, mempelajari san mengamalkan Al-Quran sesuai

ajaran Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian penulis mengutip ayat Al-Quran surah As-Sajdah ayat 5 yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, surah As-Sajdah berbunyi:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

[5]

Artinya: “Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (segala urusan) itu naik kepada-Nya pada haru yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitungan”

Ditafsirkan oleh Tahlili dalam KEMENAG 2022 surah As-Sajdah ayat 5 menjelaskan, hanya Allah-lah yang mengurus, mengatur, mengadakan dan melenyapkan segalanya yang ada di dunia ini. Segala yang terjadi itu adalah sesuai dengan kehendak dan ketetapan-Nya, tidak ada sesuatu pun yang menyimpang dari kehendak-Nya itu. Pengaturan Allah dimulai dari langit hingga sampai ke bumi, kemudian urusan itu naik kembali kepada-Nya. Semua yang tersebut pada ayat ini merupakan gambaran dari kebesaran dan kekuasaan Allah, agar manusia mudah memahaminya. Kemudian Dia menggambarkan pula waktu yang digunakan untuk mengurus, mengatur, dan menyelesaikan segala urusan alam semesta ini, yaitu selama sehari. Akan tetapi, ukuran sehari itu sama lamanya dengan 1000 tahun dari ukuran tahun yang dikenal manusia di dunia ini. Keteraturan alam membuktikan kekuasaan dan keesaan-Nya. Dia mengatur segala urusan makhluk-Nya dari langit, yakni alam malakut, ke bumi, yakni alam bumi, kemudian urusan itu dibawa naik oleh mlaikat kepada-Nya dalam satu hari yang kadar atau lama-Nya adalah 1000 (seribu) tahun menurut perhitungan-Nya. Yang mengatur urusan demikian itu adalah Tuhan yang mengetahui segala gaib dan yang nyata, yang Maha Perkasa untuk mengazab siapa

saja yang mengingkari dan mendustakan rasul-Nya, Maha Penyayang kepada hamba yang menaati-Nya.

Dari surah As-Sajdah ayat 5, Allah SWT sudah memberikan sebuah gambaran proses-Nya dalam mengatur urusan hamba nya di bumi dan akhirat. Sama hal nya di dunia manajemen PR, dalam menuju keberhasilan program di sebuah lembaga maka diperlukan tahapan-tahapan yang harus dilakukan. Tahapan atau fungsi dari manajemen PR terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengkomunikasian (*communicating*), pengawasan (*controlling*) dan penilaian (*evaluating*).

Memasuki tahun ajaran baru, Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta memerlukan manajemen PR serta program yang perlu disiapkan untuk menarik minat mendaftar calon santri baru di pondok tersebut. Sebagai PR di lembaga Pendidikan, tentunya PR Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta memerlukan tahapan manajemen PR untuk menjalankan program yang perlu dilaksanakan. Mengingat kurangnya target santri baru yang mendaftarkan diri di pondok tersebut, sehingga humas dan jajaran direktur pihak pondok perlu membuat rancangan program agar pondok pesantren mampu terlihat unggul dan bersaing di mata masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan terkait bagaimana manajemen PR di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta dalam

mempertahankan minat calon santri baru agar meminimalisir terjadi penurunan calon santri melalui media sosial instagram?

C. Tujuan Penelitian

Terkait dengan permasalahan di atas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan PR dalam mempertahankan minat masyarakat terhadap calon santri baru di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra melalui media sosial instagram.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen PR dalam mempertahankan minat calon santri baru di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui penerapan media sosial instagram Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta dalam menyebarkan berbagai konten termasuk informasi mengenai pendaftaran santri baru.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, serta menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman di dunia perhumasan kepada pihak-pihak yang berperan sebagai humas di lembaga pendidikan Islam, serta mempelajari bagaimana berjalannya manajemen PR di Lembaga Pendidikan Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti sebagai pedoman ilmu pengetahuan dibidang ilmu *public relation*.

b. Bagi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dalam mengelola manajemen PR di pondok pesantren, dalam upaya mempertahankan minat serta meningkatkan kualitas peran humas dalam mengenalkan pondok pesantren di kalangan masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan adanya tinjauan Pustaka untuk meninjau penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini Adapun tinjauan pustaka yang peneliti gunakan sebagai berikut:

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ja'far Shodiq dari Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul "Manajemen Humas pesantren Muadalah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pondok Pesantren Mamba'ul hikam Blitar". Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian dari judul penelitian tersebut dapat disimpulkan terkait manajemen humas pesantren muadalah dalam meningkatkan minat masyarakat adalah perencanaan humas di pondok pesantren merencanakan model perencanaan seperti mengadakan musyawarah pengurus untuk Menyusun program dalam meningkatkan minat masyarakat serta Menyusun langkah yang akan ditempuh dalam mencapai

tujuan. Selanjutnya pelaksanaan humas di pondok pesantren dengan melakukan kegiatan keagamaan dengan mengajak masyarakat bergabung di kegiatan tersebut sebagai bentuk pendekatan humas dengan masyarakat sekaligus sebagai sarana promosi pondok pesantren. Lalu humas pondok pesantren melakukan evaluasi menggunakan dua sudut pandang yakni evaluasi program dan evaluasi target manajemen dalam meningkatkan minat masyarakat di pondok pesantren. Persamaan penelitian Ja'far Shodiq dengan penelitian yang akan diteliti adalah meneliti terkait manajemen humas di lembaga Pendidikan Islam dan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan penggunaan metode penelitian, Ja'far Shodiq menggunakan tiga metode yakni dokumentasi, observasi dan wawancara.

2. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Slamet Untung dan Fahmi Amiq Khoirul, dari Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid, Pekalongan dengan judul penelitian "Manajemen Hubungan Pondok Pesantren dan Masyarakat Untuk Meningkatkan Pendidikan Islam". Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi lapangan dan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Pekalongan.

Penelitian ini membahas konsep manajemen hubungan antara pondok pesantren dan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan Islam, meliputi pengertian, urgensi hubungan pesantren dengan masyarakat, bentuk-bentuk hubungan yang terjalin, tujuan pelaksanaan hubungan, serta strategi yang digunakan dalam membangun hubungan tersebut. Penerapan manajemen hubungan ini bertujuan untuk menjaga keberlangsungan silaturahmi yang harmonis, membangun citra positif di

lingkungan masyarakat, serta meningkatkan kualitas dan mutu pondok pesantren secara keseluruhan.

3. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Winda Oktaviani, Taqiyuddin dan Wahyono dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, dengan judul “Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Baru Di Pondok Pesantren An-Nidhom Kota Cirebon”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah pada sistem perencanaan penerimaan santri baru sudah cukup baik, ditunjukkan dari sistem yang digunakan yaitu offline dan online. Lalu pengorganisasian dan upaya yang dilakukan dalam mensosialisasikan program kepada masyarakat sudah baik. Selanjutnya pengawasan terhadap kegiatan pondok pesantren An-Nidhom kota Cirebon cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya keluhan dan adanya dukungan dari masyarakat.

4. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Imam Basofi, dari Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul jurnal “Manajemen Humas IAIN Madura Dalam Menarik Minat Masyarakat”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan adalah 1. manfaat manajemen hubungan Masyarakat, 2. Pola komunikasi humas dan respon stakeholder terhadap humas IAIN Madura. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Imam Basofi dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan pendekatan kualitatif dengan teknik

pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi, serta penggunaan dari 5 fungsi manajemen yang akan digunakan oleh peneliti.

Tabel 2: Tinjauan Pustaka

| NO | Peneliti | Judul Jurnal/ Penelitian | Metode | Hasil penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|------------------|--|--|--|---|--|
| 1 | Ja'far Shodiq | Manajemen Humas pesantren Muadalah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pondok Pesantren Mamba'ul hikam Blitar (Shodiq, 2019) | Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. | Humas pesantren muadalah menyusun program kerja humas, pelaksanaan kegiatan melibatkan masyarakat. Evaluasi humas berupa evaluasi program kerja dan evaluasi target humas. Dari hasil program tersebut minat masyarakat meningkat sehingga terjadi peningkatan jumlah santri di setiap tahunnya. | <ul style="list-style-type: none"> • Meneleli tentang manajemen PR dan menarik minat dikalangan calon santri • Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. | <ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian dilakukan pada tahun 2019 dan perbedaan tempat penelitian. • Menggunakan tiga fungsi manajemen PR |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|
| 2 | Slamet Untung dan Fahmi Amiq Khoirul | Manajemen Hubungan Pondok Pesantren dan Masyarakat Untuk Meningkatkan Pendidikan Islam (Fahmi & Untung, 2025) | Metode yang digunakan adalah Observasi dan wawancara | Hasil penelitian ini ditemukan data bahwa manajemen hubungan pondok dan masyarakat merupakan komunikasi 2 arah untuk mencapai harmonisasi dan eksistensi pondok pesantren di mata masyarakat sekitar | <ul style="list-style-type: none"> • Meneliti manajemen pondok dalam membangun eksistensi pondok • Menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi dan dokumentasi | Objek penelitiannya adalah humas dan masyarakat di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Pekalongan. |
| 3 | Winda Oktaviani, Taqiyuddin dan Wahyono | Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Bari Di Pondok Pesantren An- Nidhom Kota Cirebon. (Oktaviani, 2016) | Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, deskriptif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. | Perencanaan penerimaan santri baru di Pondok Pesantren An- Nidhom Kota Cirebon berjalan baik melalui sistem offline dan online. Pengorganisasian serta sosialisasi program kepada masyarakat juga terlaksana dengan | <ul style="list-style-type: none"> • Meneliti manajemen PR, membahas menarik minat. Serta penggunaan fungsi manajemen PR • Menggunakan pendekatan kualitatif dengan | Tempat penelitian Di Pondok Pesantren An-Nidhom Kota Cirebon |

| | | | | | | |
|---|-------------|---|--|--|--|---|
| | | | | baik, didukung oleh pengawasan yang efektif sehingga tidak terdapat keluhan dan mendapat dukungan dari masyarakat. | wawancara, observasi dan dokumentasi | |
| 4 | Imam Basofi | Manajemen Humas IAIN Madura Dalam Menarik Minat Masyarakat (Basofi, 2020) | Menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. | Humas IAIN Madura menggunakan fungsi manajemen humas untuk menarik minat Masyarakat. Adapun humas IAIN Madura menggunakan pola komunikasi internal dan eksternal serta menyimpulkan dari respon stake holder terhadap humas IAIN Madura. | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan 4 fungsi manajemen. • Menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. | Objek penelitian berbeda dengan yang akan dilakukan penelitian oleh peneliti, serta tahun penelitian juag berbede. Imam Basofi melakukan penelitian pada tahun 2020, sedangkan peneliti 2024. |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

F. Landasan Teori

Pada landasan teori ini peneliti akan membatasi teori-teori yang akan digunakan dalam proses penelitian ini. Peneliti menggunakan teori Manajemen PR dari Rosady Ruslan, Media Sosial Instagram dari Antasari dan Pratiwi, dan Menarik Minat dari Andi, Berikut teori-teori yang akan digunakan dalam pembahasan:

1. Manajemen PR

Manajemen adalah tindakan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian, pengawasan dan penilaian yang dilaksanakan oleh suatu kelompok orang yang sudah dibentuk dalam satu lingkaran organisasi, dan memiliki tujuan tertentu, pelaksanaan biasanya dipimpin oleh seorang manajer dengan tujuan tertentu (Andi, 2018). Manajemen PR adalah proses fungsi-fungsi dasar manajemen dalam pelaksanaan *public relation*. Praktisi PR memerlukan fungsi-fungsi dasar manajemen untuk membuat suatu konsep dan mengkaitkan pengaplikasian konsep fungsi tersebut dengan tugasnya. Oleh karena itu manajemen PR berarti melaksanakan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pada suatu kegiatan komunikasi yang didukung oleh organisasi. Manajemen ini adalah hasil terapan dari ilmu manajemen dasar yang aplikasikan di dunia ke PR-an (Rahmawati, 2014).

Public Relation/PR adalah kepercayaan dari publik terkhusus Masyarakat umum pada suatu badan atau lembaga, PR mengupayakan sesuatu untuk menghasilkan hubungan yang baik antara suatu badan dan publiknya, usaha untuk terus berupaya memberikan dan menanamkan kesan yang menyenangkan, dengan demikian akan muncul opini public yang baik untuk badan tersebut (Dakir, 2016). *Public relation* atau bisa disebut humas (hubungan masyarakat) merupakan proses strategi yang

mengelola penyampaian dan penyebaran informasi terkait lembaga yang disampaikan kepada masyarakat atau public untuk mempertahankan reputasi yang baik dari lembaga. Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat kondensus mutlak tentang definisi dari PR. Ketidakepakatan tersebut disebabkan oleh: *pertama*, beragamnya definisi *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional *public relations* didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian PR. *Kedua*, perbedaan latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi (*Public Relations Practitioner*). Dan *ketiga*, adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan *public relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan millennium ketiga saat ini (Ruslan, 2016)

Public relation (PR) memiliki fungsi untuk membantu manajemen guna menjadikan suatu tujuan yang akan dicapai dan menyamakan dengan lingkungan yang berganti. PR secara berkala memberi masukan kepada manajemen. PR sudah selayaknya merancang program yang baik. Sebagai PR dituntut untuk bisa mengatur dan membimbing dirinya agar bisa sampai pada tujuan yang diinginkan (Morissan, 2010).

Manajemen PR memiliki keterkaitannya dengan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi (Ruslan, 2016). Menurut (Ruslan, 2016) dalam buku Manajemen Public Relations dan

Media Komunikasi definisi dan fungsi manajemen PR (*Public Relations Management*)

adalah sebagai berikut:

- a. Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*)
- b. Kegiatan yang jelas (*activities*)
- c. Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*)
- d. Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*)
- e. Adanya kepentingan bersama (*common interest*)
- f. Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*)

PR merupakan satu bagian yang tak lepas dari manajemen sebuah lembaga. Menurut (Ruslan, 2016) dalam buku Manajemen *Public Relation* dan Media Komunikasi, humas sesungguhnya bersifat melekat pada manajemen perusahaan, hal tersebut menjadikan PR dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi/lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Adapun fungsi humas seperti yang dipaparkan (Ruslan, 2016) dalam buku Manajemen *Public Relation* dan Media Komunikasi, fungsi staf PR adalah mewakili public pada manajemen dan manajemen pada public sehingga tercipta arus komunikasi dua arah, baik bagi informasi maupun perilaku. Secara otomatis fungsi PR termasuk fungsi manajemen dalam rangka mencapai tujuan sentral lembaga. Pada umumnya manajemen PR melalui fungsi atau tahapan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*Planing*) adalah menentukan program atau kegiatan yang akan dicapai, bagaimana cara mencapainya, membutuhkan waktu berapa lama, berapa

orang yang diperlukan, dan berapa jumlah anggaran yang akan dilekuarkan agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan. Perencanaan adalah fungsi dari seluruh fungsi manajemen. Adapun langkah yang dilakukan humas dalam perencanaan seperti penyelidikan dan pemantauan pengetahuan,).

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah pembentukan tim serta pembagian tugas, tahap ini menetapkan wewenang dan tanggung jawab dalam aktivitas manajemen dengan tujuan terciptanya aktifitas yang berdaya guna dan berhasil dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Pengorganisasian dapat juga diartikan sebagai kegiatan pembagian tugas kepada orang yang terlibat dalam kerja sama di sebuah lembaga ataupun perusahaan dengan tetap memperhatikan prinsip pengorganisasian.

3. Pengkomunikasian (*Communicating*)

Komunikasi berkaitan dengan berjalannya manajemen PR di lembaga, Adapun dua unsur komunikasi yang saling berkaitan satu sama lain yakni komunikasi manajemen dan komunikasi antar manusia (Ruslan, 2016). Tahapan komunikasi tidak lepas dari perencanaan, dimana proses komunikasi pesan hingga target dari pesan yang disampaikan sesuai dengan yang kita harapkan. Secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarkan pesan) dan komunikan (penerima pesan).

4. Pengawasan (*Controlling*)

Controlling merupakan pengawasan terhadap kinerja humas, meninjau apakah kinerja sudah sesuai dengan prosedur yang berlaku, serta menilai program kerja yang

dilaksanakan apakah telah sesuai dengan tujuan awal. Pengawasan selalu dikaitkan dengan upaya mengendalikan, membina, dan penelusuran sebagai upaya pengendalian kualitas kerja.

5. Penilaian (*Evaluating*)

Evaluasi atau penilaian adalah proses pengecekan suatu aktivitas pada program yang telah dilaksanakan dan hasil dari evaluasi digunakan dalam mempertimbangkan serta menjadi standar berjalannya program di masa mendatang supaya berjalan dengan lebih baik. Cutlip & Center (2017:149) menjelaskan pada tahap evaluasi humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas Humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektifitasan dari teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.

2. Media Sosial Instagram

Instagram adalah aplikasi gratis untuk berbagi foto dan video yang tersedia di iOS dan Android. Pengguna dapat mengunggah foto atau video, membagikannya dengan pengikut atau grup teman, serta melihat, mengomentari dan menyukai postingan teman mereka. Instagram saat ini menjadi media yang sangat dikenal oleh banyak kalangan, Instagram banyak digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan atau menyebarkan informasi yang akan dikenalkan untuk Masyarakat luar. Biasanya Instagram digunakan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa. Instagram banyak digunakan karenan memberikan keefisiensian dan keefektifan bagi pengguna, oleh karena itu Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta menggunakan

media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi terbaru terkait kegiatan pondok, juga untuk menginformasikan terkait informasi terbaru pondok.

Menurut (Antasari & Pratiwi, 2022) ada berbagai fitur Instagram yang bisa digunakan oleh pengguna untuk membagikan foto atau video seperti:

1. Profil dan Bio

Instagram baru baru ini memperbarui desain yang mengubah tampilan profil dan bio. Update ini membuat fokus lebih besar pada jumlah *followers* dan *following*, sementara bio kini lebih dipersingkat. Sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melihat informasi utama secara cepat.

2. Unggahan Foto dan Video

Pada fitur foto dan video terdapat fitur filter yang bisa digunakan pengguna untuk mengedit foto dan video dengan berbagai efek yang tersedia. Pengguna juga dapat mengunggah foto dan video sekaligus dalam satu postingan, setelah diunggah foto dan video akan muncul di feed pengikut.

3. Fitur *Instagram Stories*

Instagram Stories sudah menjadi fitur favorit untuk mempromosikan produk atau jasa pengguna. Fitur ini membuat *Instagram Stories* alat yang digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan keterlibatan pengikut.

4. *Caption*

Caption adalah keterangan yang menyertai foto atau video yang diunggah di Instagram. Penulisan caprion yang kreatif dan relevan dapat menarik pengikut dan memperkuat pesan dari unggahan.

5. *Like*

Fitur *like* memungkinkan pengguna memberikan tanda suka (*like*) pada unggahan untuk menunjukkan apresiasi atau ketertarikan. Fitur *like* memberikan cara sederhana dan cepat bagi pengguna untuk menunjukkan apresiasi terhadap konten di Instagram.

6. *Direct message* (DM)

DM atau *Direct message* merupakan fitur Instagram yang memungkinkan pengguna mengirimkan pesan pribadi.

Penggunaan media sosial Instagram diharapkan bisa membantu PR Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim mencapai tujuannya tertuju untuk Masyarakat memberikan informasi kepada Masyarakat luar. Seperti saat ini, pondok masih membuka pendaftaran calon santri baru, oleh karenanya penggunaan Instagram sangat membantu untuk menyebarkan informasi terupdate seputar pendaftaran pondok. Hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra dalam meningkatkan minat calon santri baru yang mana pondok menggunakan cara ini untuk mampu bersaing dengan lembaga Pendidikan lainnya (Kanzul Farizi, 2022).

3. Minat Mendaftar

Minat menurut Bahasa merupakan dorongan untuk memahami dan tertarik dengan sesuatu. Sedangkan menurut (terminologi), minat merupakan kemauan dan tertarik akan sesuatu. Minat merupakan manfaat penerimaan yang timbul dari diri

sendiri untuk menyukai suatu objek baik berbentuk benda atau hal lain. Minat bisa muncul karena ada ketertarikan dari luar dan bisa juga berasal dari hati. Minat yang tinggi terhadap sesuatu adalah keberanian yang besar untuk memperoleh tujuan yang diminati (Andi, 2018). Minat bisa diartikan keinginan atau kehendak pada diri seseorang pada suatu hal yang diminati Menurut. Minat adalah keinginan terhadap sesuatu. Minat merupakan keadaan individu untuk melakukan kegiatan atas kemauan diri sendiri tanpa dorongan eksternal.

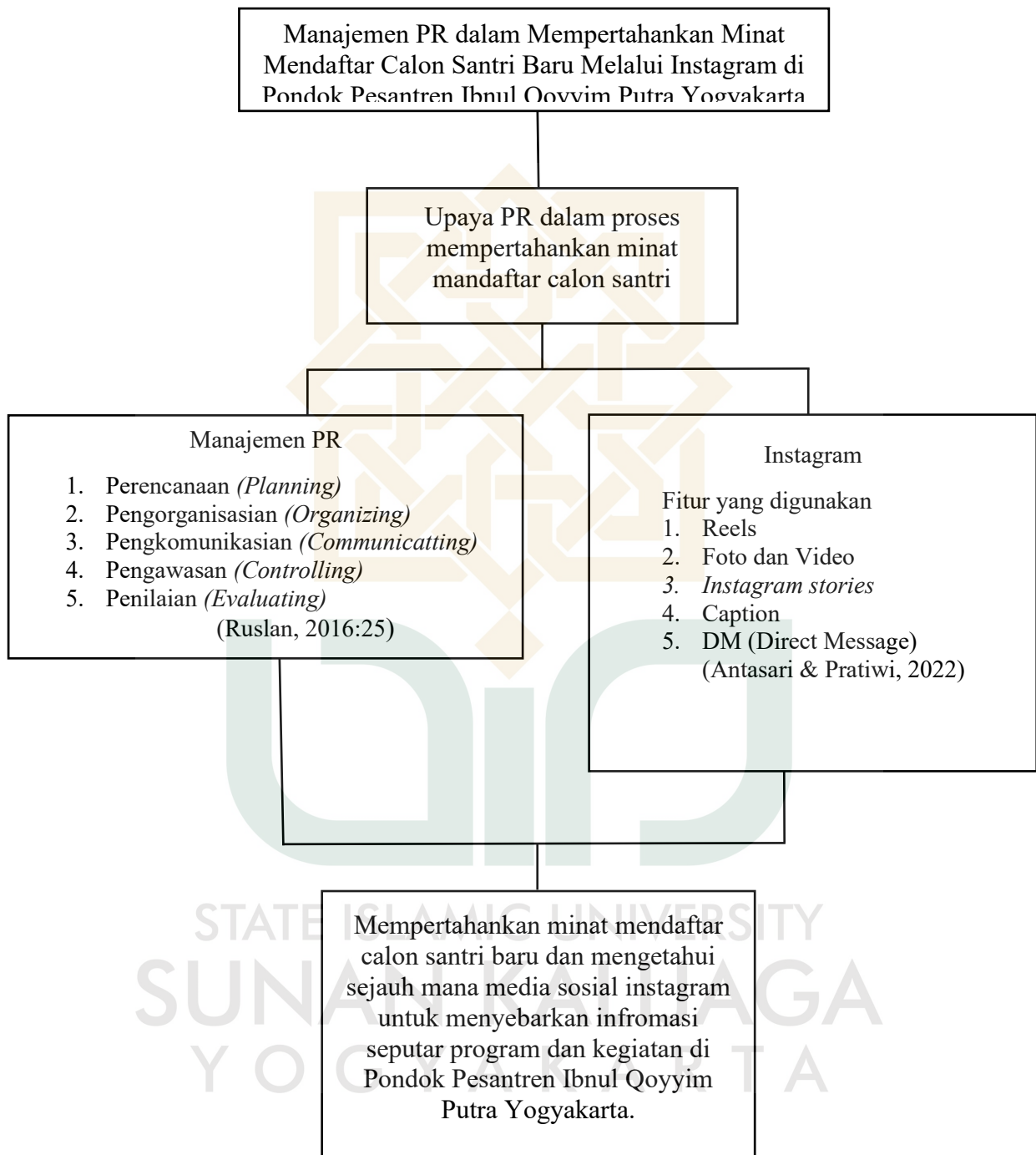
Terdapat faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi minat. Faktor internal dari minat adalah dorongan yang bisa datang dari diri seseorang itu sendiri, faktor internal terdiri dari pemusatan perhatian, dorongan untuk mengetahui sesuatu, motivasi dan kebutuhan. Sedangkan faktor eskternalnya adalah dorongan dari luar untuk bisa membuat kita berminat akan suatu hal, seperti dorongan dari rekan, keluarga, dan tercukupinya fasilitas dan keadaan agar terdorongnya minat (Amanda, 2021).

Minat dalam ranah aspek lembaga Pendidikan adalah kecondongan orangtua untuk bisa tertarik dengan suatu lembaga Pendidikan agar bisa menyekolahkan putra-putri mereka setelah rangkaian pertimbangan dan pemikiran yang cermat mengenai relevansi keinginan para orangtua dengan penawaran yang diberikan oleh lembaga Pendidikan terkait sarana prasarana, mutu dan aspek lainnya yang dipertimbangan guna memenuhi kebutuhan belajar putra-putri. Sehingga, dengan pertimbangan yang sudah dipikirkan ada kemungkinan besar orangtua untuk mengambil langkah untuk menerima tawaran dari lembaga Pendidikan (Mustofa, 2022).

Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta saat ini tengah mengalami penurunan jumlah santri baru yang mendaftar di pondok tersebut. dengan demikian perlu diadakan program guna menarik minat santri baru di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta. PR atau Humas pondok pesantren tersebut perlu mengatur menggunakan manajemen PR guna melancarkan program yang akan dilaksanakan untuk menarik minat calon santri baru. Menarik minat calon santri baru perlu memperhatikan faktor eksternal dan faktor internal untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor calon santri baru untuk berminat mendaftarkan di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta.



G. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mengangkat fenomena lalu sangkut pautkan dengan teori kehumasan. Salah satu teori yang digunakan dalam metode ini adalah manajemen PR dimana terdapat lima tahapan atau fungsi humas tersebut yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian, pengawasan dan penilaian. Menurut (Fadli, 2021), Dalam menentukan kredibilitas data pada penelitian kualitatif, peneliti lebih menekankan penggunaan istilah autentisitas dibandingkan validitas. Hal ini dikarenakan autentisitas dianggap lebih mampu memberikan deskripsi, keterangan, informasi secara adil dan jujur. Dengan demikian, data yang diperoleh serta diinterpretasikan harus benar-benar akurat, sehingga deskripsi yang dihasilkan didasarkan pada data yang nyata, bukan hasil rekaan atau asumsi peneliti. Oleh karena itu, dalam proses validasi data, penelitian kualitatif menuntut adanya ketepatan dan kredibilitas hasil dengan menerapkan strategi yang tepat.

Selanjutnya peneliti memilih untuk menggunakan metode deskriptif kualitatif karena ingin menjelaskan manajemen PR dalam menarik minat masyarakat dan calon santri baru di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut (Ruslan, 2017: 215).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi narasumber untuk mendapatkan informasi terkait penelitian. Menurut (Kriyanto, 2009: 156) subjek berperan memberikan informasi berkaitan dengan data yang diperlukan oleh peneliti. Dalam menentukan objek, menggunakan teknik purposive sampling, dimana subjek yang dipilih merupakan orang-orang yang telah diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah Humas, Direktur Pondok Pesantren dan ketua PSB Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta. Peneliti memilih subjek ini karena mereka yang bersangkutan, yang menangani dan mengetahui bagaimana manajemen PR di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan apa yang akan diteliti dalam penelitian yang akan dilakukan. Objek penelitian pada penelitian ini adalah manajemen PR dalam menarik minat calon santri baru di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

A. Wawancara

Wawancara merupakan teknik analisis yang digunakan sifatnya deskriptif memberikan kesempatan para peneliti menyerahkan penjelasan

secara detail terkait keadaan dan fakta yang tersaji melalui narasumber terpercaya (Hansen, 2020). Wawancara merupakan teknik mencatat jawaban responden atas pertanyaan dari peneliti agar mendapatkan informasi lengkap dan mendalam. Teknik wawancara dilakukan dengan informan yakni PR (Public Relation) dan Admin Instagram dari pihak Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait data penelitian yang telah dipersiapkan oleh peneliti.

B. Observasi

Observasi merupakan aktivitas yang dilakuakn untuk mengetahui sesuatu melalui fenomena yang berlandaskan pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi terkait fenomena tersebut dan dapat dipertanggung jawabkan (Ilyas Ismail, 2020).

C. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan dan melengkapi data primer yang telah diperoleh sebelumnya. Dokumentasi tersebut adalah foto-foto, rekam suara dan video yang diperoleh langsung oleh peneliti.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah data yang didapatkan dari beberapa narasumber, dengan memakai teknik pengumpulan data yang berbagai jenis (tringulasi) serta dilakukan dengan terus menerus hingga datanya cukup (Soegiyono, 2011). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, menurut Miles dan Huberman dalam (Zain et al., 2015)

menjelaskan bahwa metode penelitian yang sesuai ada beberapa tahapan, yaitu *transcript, coding, grouping, comparing, contrasting, dan interpretasi*.

a. *Transcript (Transkripsi Data)*

Transcript merupakan tahap awal dalam pengolahan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden di lapangan. Pada tahap ini, hasil wawancara dituliskan atau dinarasikan secara manual sesuai dengan apa yang disampaikan responden, tanpa adanya tambahan atau pengurangan informasi.

b. *Coding (Pemberian Kode atau Label)*

Coding adalah proses pemberian label pada setiap jawaban responden, yang disesuaikan dengan variabel-variabel yang telah ditetapkan dalam penelitian.

c. *Grouping (Pengelompokan Data)*

Grouping merupakan tahap pengelompokan data hasil observasi dan wawancara berdasarkan label yang telah diberikan pada tahap *coding* sebelumnya, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data. Pengelompokan ini memudahkan peneliti dalam melihat pola-pola atau kecenderungan dari data yang diperoleh, dengan melakukan *grouping*, peneliti dapat mengkategorikan data yang berisi informasi serupa ke dalam terstruktur dan sistematis.

d. *Comparing and contrasting (Membandingkan dan Membedakan Data)*

Comparing and contrasting adalah proses menarasikan kesamaan dan perbedaan dari seluruh jawaban responden pada setiap data yang telah diberi label. Pada tahap ini, peneliti menyusun penjelasan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi, sehingga penjelasan yang diberikan tetap berlandaskan pada data yang ada, bukan sekadar opini atau pendapat subjektif peneliti.

e. ***Interpretasi (Penafsiran Data)***

Interpretasi atau penafsiran data merupakan proses memberikan penjelasan terhadap seluruh jawaban responden. Dalam tahap ini, peneliti membandingkan temuan di lapangan dengan literatur yang telah dikaji sebelumnya. Tujuan dari perbandingan ini adalah untuk mengetahui apakah hasil penelitian dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru, sehingga memungkinkan lahirnya teori baru, atau setidaknya mampu mengungkapkan pola baru yang belum pernah dibahas dalam kajian literatur sebelumnya. Dengan demikian, peneliti dapat menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki kontribusi penting dan memberikan warna baru bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

5. Keabsahaan Data

Dalam upaya menentukan kredibilitas data pada penelitian kualitatif, peneliti lebih mengutamakan konsep autentisitas dibandingkan validitas. Hal ini disebabkan karena autentisitas dianggap lebih lebih mampu menyajikan deskripsi, penjelasan,

serta informasi secara adil dan jujur. Dengan demikian, data yang diperoleh dan diinterpretasikan harus akurat, sehingga deskripsi yang dihasilkan benar-benar bersumber dari data asli, bukan hasil rekayasa peneliti. Untuk memastikan akurasi dan kredibilitas data dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu menerapkan strategi verifikasi yang tepat, seperti *member checking* atau triangulasi.(Fadli, 2021)

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi ahli PR. Triangulasi berarti membandingkan data dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi dari sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber adalah Humas, Admin Instagram dan masyarakat di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, setelah dilaksanakannya wawancara peneliti akan melakukan *member checking* dengan ahli PR yang akan membantu menyepadankan dengan hasil wawancara sumber apakah program yang dilakukan sudah ideal dari sudut pandang ahli PR tersebut.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan fungsi manajemen Public Relation (PR) di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yoyakarta telah berjalan dengan baik dan sistematis. Penerapan setiap fungsi manajemen PR yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian, pengawasan, dan evaluasi dilakukan secara terarah dan saling berkaitan, sehingga mampu mendukung keberhasilan program komunikasi serta menjaga citra positif lembaga di mata publik.

1. Fungsi Perencanaan (Planning)

Fungsi perencanaan dijalankan melalui penyusunan strategi komunikasi yang matang dengan menganalisis situasi internal dan eksternal pondok. PR dan tim media sosial memanfaatkan berbagai fitur instagram seperti reels, foto dan video, *Stories*, *caption*, dan DM sebagai media utama dalam promosi digital. Strategi konten yang dirancang tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi pendaftaran, tetapi juga menampilkan aktivitas santri dan kegiatan pondok secara menarik dan informatif. Hal ini menunjukkan penerapan fungsi perencanaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital, sejalan dengan pandangan Rosady Ruslan (2016).

2. Fungsi Pengorganisasian (Organizing)

Pada pelaksanaan fungsi pengorganisasian, pondok membentuk struktur tim yang jelas dan terarah, meliputi pimpinan redaksi, admin instagram, tim editing, serta santri pengabdian yang membantu dokumentasi dan pembuatan konten. Pembagian tugas dilakukan berdasarkan keahlian masing-masing anggota agar proses kerja lebih efisien. Setiap konten yang akan diunggah melalui instagram dikomunikasikan dan disetujui oleh kepala PR untuk memastikan kesesuaian pesan dengan nilai-nilai lembaga.

3. Fungsi Pengkomunikasian (Communicating)

PR pondok menjalankan komunikasi dua arah dengan publik melalui interaksi aktif di media sosial, baik melalui kolom komentar, fitur DM, maupun siaran langsung (Live Instagram). Komunikasi dilakukan dengan bahasa yang santun, ramah, dan menjunjung tinggi nilai keislaman. Selain komunikasi verbal, PR juga menerapkan komunikasi visual dengan menampilkan desain konten yang menarik dan bernuansa religius. Upaya ini memperkuat kedekatan emosional antara lembaga dengan calon santri baru dan masyarakat luas.

4. Fungsi Pengawasan (Controlling)

Pengawasan dilakukan secara berkala oleh kepala PR dan admin media sosial melalui evaluasi pra dan pasca publikasi konten. Setiap unggahan diperiksa terlebih dahulu dari segi bahasa, visual, dan kesesuaian pesan dengan citra lembaga. Setelah publikasi, tim melakukan pemantauan terhadap *likes*, *views*, dan komentar untuk menilai efektivitas konten. Jika muncul komentar negatif, PR

mengambil langkah profesional dengan melakukan pendekatan personal melalui DM serta melakukan evaluasi internak agar kesalahan tidak terulang.

5. Fungsi Evaluasi (Evaluating)

Evaluasi menjadi bagian penting dalam proses manajemen PR pondok. Evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah konten diunggah, melibatkan kepala PR, Tim PSB, tim redaksi, serta admin media sosial. Setiap masukan dan tanggapan publik dijadikan bahan pertimbangan untuk memperbaiki strategi komunikasi berikutnya. Melalui pemanfaatan fitur instagram seperti reels, *Stories*, foto dan video, *caption*, dan DM, tim PR dapat menilai efektivitas komunikasi secara lebih akurat. Evaluasi yang dilakukan secara reflektif tidak hanya membantu menjaga citra positif lembaga, tetapi juga meningkatkan minat calon santri serta memperkuat hubungan antara pondok dan masyarakat.

Secara keseluruhan, penerapan fungsi manajemen PR di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim putra Yogyakarta telah mencerminkan prinsip yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan (2016), dimana setiap fungsi manajemen saling berkesinambungan dalam mendukung keberhasilan komunikasi lembaga. Pendekatan yang dilakukan bersifat strategis, adaptif, dan partisipatif, sehingga mampu menjaga kepercayaan publik dan membangun reputasi positif pondok di era digital.

B. Saran

1. Bagi Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta

Diharapkan pondok terus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, terutama instagram, sebagai sarana komunikasi publik. PR perlu menjaga konsistensi unggahan serta meningkatkan kualitas konten pada fitur reels dan *Stories* agar pesan lebih menarik dan interaktif, selain itu, penting untuk melakukan pengawasan rutin guna memastikan setiap unggahan tetap sesuai dengan nilai dan identitas lembaga.

2. Bagi Tim PR dan Admin Media Sosial

Disarankan agar tim PR memperkuat kemampuan dalam bidang desain visual, videografi, dan penulisan *caption* yang komunikatif. Evaluasi berbasis data digital, seperti analisis insight dan tingkat keterlibatan audiens, perlu diterapkan secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi. Dengan demikian, tim dapat menentukan waktu unggah dan jenis konten yang paling disukai audiens.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan membandingkan efektivitas media sosial seperti TikTok, YouTube, atau Facebook sebagai media promosi pendidikan islam. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif agar hasil yang diperoleh lebih terukur dan objektif.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Kehumasan

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian Public Relations, Khususnya di lingkungan lembaga pendidikan islam. Penerapan fungsi manajemen PR di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Yogyakarta membuktikan bahwa langkah komunikasi digital yang dilakukan secara profesional, konsisten, dan berbasis nilai-nilai keislaman dapat menjadi model keberhasilan komunikasi lembaga di era modern.



DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, S. (2021). Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat Pertanian Padi di Nagari Lansek Kodok Kecamatan Rao Selatan Kabupaten Pasaman. *UIN SUKSA Riau*, 7. <http://repository.uin-suska.ac.id/48461/2/SKRIPSI SONIA AMANDA.pdf#page=22>
- Andi, R. N. (2018). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat masyarakat Di SMK Negeri 2 Ponorogo. *UIN Malang*. https://doi.org/10.1098/rspb.2014.1396%0Ahttps://www.uam.es/grupososinv/meva/publicacionesjesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Basofi, I. (2020). *Kabilah: Journal of Social Community MANAJEMEN HUMAS IAIN MADURA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT*. 5(1), 74–82. http://diktis.kemenag.go.id/bansos/cari_nspt.php
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Dakir. (2016). *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Era Global*. (0), 1–23.
- el Ishaq, R. (2015). *Kuliah Public Relations: Pengantar dan Praktik*. <http://repository.iainkediri.ac.id/455/1/Kuliah%0APublic%0ARelation.pdf>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fahmi, A. K., & Untung, S. (2025). Manajemen Hubungan Pondok Pesantren dan Masyarakat untuk Meningkatkan Pendidikan Islam. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 113–121.
- Hani, U., Khoiroh, U., & Husna, F. (2025). *Pemanfaatan Instagram Dalam Mendongkrak Citra pondok Pesantren*. 1, 150–161.

- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Ilyas Ismail, M. (2020). *Evaluasi Pembelajaran: konsep dasar, prinsip, teknik dan prosedur*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kanzul Farizi, A. (2022). *PERAN WAKA HUMAS DALAM UPAYA PROMOSI GUNA MENARIK MINAT CALON PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022 OLEH*. Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA).
- Morissan. (2010). *MANAJEMEN PUBLIC RELATION: STRATEGI MENJADI HUMAS PROFESIONAL* (Ed.1. Cet.). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Mustofa, A. K. Al. (2022). Manajemen Humas madrasah dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Masa Pandemi COVID-19 di MAN 1 Kota Kediri. *Skripsi IAIN Kediri*, 14–51.
- Oktaviani, W. (2016). *Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah santri Baru di Pondok pesantren An-Nidhom Kota Cirebon*. 1–23.
- Rahmawati, Y. (2014). Manajemen Public Relations Dalam Bisnis Islam. *Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum*, (95), 181–194.
- Ruslan, R. (2016a). *MANAJEMEN PUBLIC RELATION & MEDIA KOMUNIKASI: Konsep dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2016b). *MANAJEMEN PUBLIC RELATION & MEDIA KOMUNIKASI: Konsep dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Saputra, F. R. dkk. (2023). TADBIR : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam TADBIR : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. *TADBIR: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(02), 102–113.
- Shodiq, J. (2019). Manajemen Humas Pesantren Muadalah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pondok Pesantren Mamba ' ul Hikam Blitar. *Manajemen Humas Pesantren Muadalah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pondok Pesantren Mamba ' Ul Hikam Blitar*, 1–145.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Zain, R., Ahmad, Z. A., & Kalijaga, F. (2015). Manajemen perkuliahan berbasis e-learning di perguruan tinggi. In *Yogyakarta: NCIE CDIE*

&Kurnia Kalam National Consortium for Implementing Elearning (NCIE) Center for Developing Islamic Education (CDIE) FITK UIN Sunan Kalijaga. <http://ncie.or.id>

- Arifin, M., Hamengkubuwono Hamengkubuwono, and Siswanto Siswanto. *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Jumlah Santri Mukim di Ponpes Miftahussalam Musi Rawas*. Diss. IAIN Curup, 2021.
- Firdaus, Z. (2018). *Kajian manajemen humas pendidikan dalam Al-Qur'an: Metode tafsir maudhu'i* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Ilyas Ismail, M. (2020). *Evaluasi Pembelajaran: konsep dasar, prinsip, teknik dan prosedur*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kasus, S., Mi, D. I., & Madiun, A. D. (2023). *Manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru (studi kasus di mi al-amin dempelan madiun)*.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Oktaviani, Winda. *Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Baru di Pondok Pesantren An-Nidhom Kota Cirebon*. Diss. S1 MPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022.
- Pamuji, M. Farkhan. *Manajemen Public Relation Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan Di SMA Takhassus Al-Qur'an*

Kalibeber Wonosobo. Diss. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2016.

Sma, D. I., Qur, T. A.-, & Kalibeber, A. N. (2016). No Title.

Soendari, T. (2012). Metode penelitian deskriptif. Bandung, UPI. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka, 17.

Suprpto, T. (2009). Pengantar teori & manajemen komunikasi. Media Pressindo.

USROTULAFIFAH, U. (2016). *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).*

