

**SKRIPSI**

**PERAN KMI (KOORDINATOR MEDIA INFORMASI)  
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PESANTREN MELALUI MEDIA SOSIAL**



Oleh :  
**HANI'ATUSSOLIKHAH**  
NIM: 2012111029

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
UNIVERSITAS KH MUKHTAR SYAFAAT  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2024**

**PRASYARAT GELAR**

**Peran Kmi Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Melalui Media Sosial**

**SKRPSI**

Diajukan kepada Universitas KH. Mukhtar Syafa'at Blokagung Tegalsari Banyuwangi, untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana sosial (S.Sos)

Oleh:

**Hani'atussolikhah**

NIM: 2012111029

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM**

**UNIVERSITAS KH MUKHTAR SYAFAAT**

**BLOKAGUNG BANYUWANGI**

**2024**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Proposal Skripsi Dengan Judul :

**Peran KMI Dalam Membangun Citra Positif Pesantren  
Melalui Media Sosial**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal: Rabu, 17 Juli 2024

Menyetujui,

**Ketua Prodi**

**Dosen Pembimbing**

**Maskur, S.Sos,LMH**

**NIDN.2105078101**

**Maskur, S.Sos,LMH**

**NIDN.2105078101**

**PENGESAHAN PENGUJI**

Skripsi saudara Hani'atussolikhah telah dimunasaqohkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas KH. Mukhtar Syafa'at (UIMSYA) Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal: 17 Juli 2024 dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos)

Tim Penguji,

Ketua Penguji

**Masykur, S.Sos. I., MH**

**NIPY: 15050507810**

Penguji 1

Penguji 2

**Hasyim Iskandar, S. Kom. I., M. Sos.**

**NIPY: 15181904930**

**Abdi Fauzi Hadiono, M.H., M.Sos.**

**NIPY:15011403560**

Dekan

**Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom.**

**NIPY: 3150928108401**

## MOTTO

Kegagalan adalah kesempatan untuk menjadi lebih bijaksana

(Henry Ford)

Bangkit dari kegagalan, dan memandang bahwa kegagalan adalah proses menuju keberhasilan, dimana kesalahan ditunjukkan dan kemudian dapat dievaluasi dan diperbaiki lagi. Selangkah menuju kedewasaan berfikir, dan menjadi lebih bijaksana.

## PERSEMBAHAN

Kepada Tuhan Allah SWT. Yang memberiku segala hal yang tidak ku minta, karena cintanya pada hamba meski hamba ini belum mampu memberikan kesempurnaan cinta untuknya. Diri ini masih sering khilaf dan melakukan dosa karena kebodohan dan tidak mampunya mengalahkan kemalasan. Kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan cinta menuju-NYA, kepada ulama-ulama yang telah menghiasi sepanjang jalan itu dengan bunga-bunga dan lampu-lampu yang membuat perjalanan senantiasa mudah tapi diri ini tetap saja erringg salah mengambil jalan, tertipu belokan yang indah namun menyesatkan. Izinkan diri ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk Bapak saya, Bapak Imam Zuhri yang tidak banyak bicara, canggung mengungkapkan kasih sayang, dan tidak baik dalam hal bernyanyi. Terima kasih karena telah mendukung saya secara finansial dan memberikan kebebasan penuh pada saya untuk memutuskan pilihan pendidikan, jurusan, hobi, teman, dan rencana-rencana masa depan.
2. Untuk Ibu saya, Ibu Ulfatul Muniroh. Perempuan yang melahirkan saya dan banyak berdoa untuk kebaikan saya dan adik-adik saya meski kami banyak membuat beliau terluka dengan tingkah nakal kami. Yang selalu mengeluh kalau saya terlalu banyak mengeluh tetapi tetap setia mendengarkan keluh kesah saya, senantiasa memberi masukan yang baik, juga nasihat-nasihat yang saya tahu pastilah untuk kebaikan saya. Terima Kasih banyak, Ibu penyelamat saya dari semua stress dan tekanan.
3. Untuk kedua adik saya Ahmad Alfian Khasbulloh dan Zahwa Shaila Lutfi yang saya harap dengan sangat, disetiap doa-doa saya kepada Allah, agar mereka tidak tumbuh menjadi orang yang banyak kekurangan seperti mbaknya ini. Pikiran tentang harus menjadi kakak yang keren dan membanggakan untuk kalian telah membuat saya berlari sejauh ini.

4. Untuk segenap keluarga besar pondok blokagung, yang tidak habis-habis memberikan ilmunya kepada santri-santrinya. Senantiasa mendoakan dan mengharapakan yang terbaik. Seluruh bakti dan pengabdian saya tidak akan mampu membayar seluruh jasa-jasa kalian.
5. Untuk segenap Civitas Akademika Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) khususnya bapak pembimbing dan kaprodi.
6. Untuk Guru-guru dan dan ustadz-ustadzah yang membimbing dan mengajari saya berbagai ilmu yang sebelumnya tidak saya ketahui.
7. Untuk teman-teman KPI angkatan 2020 yang mengajari saya banyak hal. Terima kasih tak terkira untuk kalian semua.
8. Untuk teman-teman pesantren, khususnya teman-teman kamar saya yang tidak bosan-bosan mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi dan mendukung saya secara emosional.
9. Untuk dia, yang mematahkan hati saya. Terima kasih. Sungguh terima kasih. Saya jadi banyak belajar untuk merelakan dan juga memaafkan. Seperti moto saya diatas, kegagalan hubungan kita adalah pintu untuk saya tumbuh menjadi lebih bijaksana.

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Hani'atussolikhah  
NIM : 2012111029  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat Lengkap : Dusun Peremajaan, Desa Riak Siabun 1, Kecamatan Sukaraja,  
Kabupaten Seluma, Provinsi Bengkulu.

Banyuwangi, 04 Juli 2024

Yang Menyatakan

**HANI'ATUSSOLIKHAH**  
NIM: 2012111029

## ABSTRAK

Hani'atussolikhah, 2024. Peran KMI Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Melalui Media Sosial. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Mukhtar Syafa'at Blokagung-Banyuwangi. Pembimbing, Maskur, S.Sos,I. MH.

Kata Kunci: KMI, Media, Citra, Pesantren.

Latar belakang dalam penelitian ini yaitu dirasa pentingnya suatu citra utamanya citra positif di pesantren. Semakin kuat dan baik citra yang dimiliki suatu pesantren akan membawa manfaat dan keuntungan yang banyak. Disinilah dibutuhkan peran media sebagai fasilitator dalam upaya membangun citra, dan media sosial menjadi platform paling potensial guna membangun citra pesantren.

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Adapun Informan dalam penelitian ini adalah anggota KMI, kepala pesantren Santri, Walisantri, dan Masyarakat yang mengikuti atau berteman di media sosial dengan pesantren. Teknik pengumpulan data ini menggunakan alat pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan analisis kualitatif, yaitu mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan uraian-uraian dasar sehingga dapat dijadikan rumusan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan KMI guna membangun citra positif pesantren, dan 2) Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terkait branding yang dilakukan KMI.

Setelah dilakukan penelitian, diperoleh hasil bahwa peranan KMI sangat penting dan vital dalam membangun citra positif pesantren melalui media sosial, mengingat mudahnya media sosial menggiring opini publik. Program kerja KMI dalam upaya membangun citra adalah: 1) Siaran Langsung pengajian, 2) mendokumentasi dan membagikan video atau foto kegiatan, 3) Branding kegiatan dan pesantren, 4) membuat ucapan hari besar Islam dan nasional, 5) dan mengadakan pelatihan juga kegiatan yang mendorong literasi. Masyarakat dan santri memiliki pandangan positif terkait kegiatan-kegiatan tersebut.

## ABSTRACT

Hani'atusoolikhah, KMI's Role in Building a Positive Image of Islamic Boarding Schools Through Social Media. Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Mukhtar Syafa'at University, Blokagung-Banyuwangi. Advisor Maskur, S.Sos,I. MH.

Key Words: KMI, Media, Image, Islamic Boarding School.

The background in this research is the perceived importance of an image, especially a positive image in Islamic boarding schools. The stronger and better image an Islamic boarding school has will bring more benefit. This is where the role of the media as a facilitator is needed in efforts to build an image, and social media is the most potential platform for building the image of Islamic boarding schools.

The type of research in this thesis is descriptive qualitative research. The informants in this research were KMI members, heads of Santri Islamic boarding schools, Walisantri, and the community who follow or are friends on social media with Islamic boarding schools. This data collection technique uses data collection tools, namely observation, interviews and documentation. Meanwhile, data analysis in this research was carried out based on qualitative analysis, namely organizing and sorting data into patterns, categories and basic descriptions so that it can be used as a working hypothesis formulation as suggested by the data.

The aims of this research are: 1) To find out the efforts made by KMI to build a positive image of Islamic boarding schools, and 2) To find out the public's response regarding the branding carried out by KMI.

After conducting research, the results were obtained that the role of KMI is very important and vital in building a positive image of Islamic boarding schools through social media, considering how easily social media can lead public opinion. KMI's work program in an effort to build an image is: 1) Live broadcasting of recitations, 2) documenting and distributing videos or photos of activities, 3) Branding activities and Islamic boarding schools, 4) making greetings for Islamic and national holidays, 5) and holding training as well as activities boost literacy. The community and students have a positive view regarding these activities.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin segala puji bagi Allah SWT., Proposal skripsi ini dapat terselesaikan semata karena rahmat, Ridho dan kasih-Nya. Sholawat beserta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, proposal skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafa’at, S.Sos.I., M.H.
2. Pengasuh Pondok Pesantren Mukhtar Syafa’at Nyai Hj. Mahmudah Ahmad
3. Dr. H. Ahmad Munib Syafa’at, Lc., M.E.I. selaku Rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
4. Maskur, S.Sos.I, MH selaku Dosen Pembimbing dalam Penulisan Proposal skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Darussalam Blokagung Banyuwangi.
6. Seluruh A’wan pengasuh, khususnya Ny. Hj. Mahmudah Ahmad. Dan seluruh dewan guru yang sudah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada saya.
7. Kepada kedua orangtua, yang meski tidak pernah bertanya mengenai prospek pengerjaan proposal saya, tapi saya tahu mendoakan saya dengan tulus setiap harinya.
8. Kepada adik-adik saya yang saya tahu mereka adalah tanggung jawab saya sehingga terus memotivasi saya untuk menjadi orang yang sukses.
9. Dan semua pihak baik secara langsung dan tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya Penulisan Proposal skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do’a kepada Allah SWT. yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan proposal skripsi ini, tentunya masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan

kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan proposal skripsi ini mohon maaf sebanyak-banyaknya.

Akhirnya kepada *Allah Azza Wajalla*, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga proposal skripsi ini tersusun atas Ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat bagi insan lainnya. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*.

**Penulis**

**Hani'atussolikhah**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PRASYARAT GELAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Definisi Istilah .....	7
<b>BAB II: KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori .....	12
B. Penelitian terdahulu .....	18
C. Alur Pikir Penelitian.....	22
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian .....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Kehadiran Peneliti .....	28
D. Informan Penelitian .....	29

E. Data dan Sumber Data .....	30
F. Teknik Pengumpulan Data .....	31
G. Keabsahan Data .....	32
H. Analisis Data .....	33
<b>BAB IV: PAPARAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Data Lapangan .....	35
B. Verifikasi Data Lapangan .....	35
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
<b>BAB VI : PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 .....	21
Tabel 2 .....	28
Tabel 3 .....	35
Tabel 4 .....	36
Tabel 5 .....	51

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 .....	16
Gambar 2 .....	24

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dilansir dari portal berita NuOnline, Jawa Timur menduduki posisi kedua daerah dengan pondok pesantren terbanyak, setelah Jawa Barat. Dengan jumlah 6.745 pesantren<sup>1</sup> menunjukkan bahwa pondok pesantren memiliki nilai pasar yang tinggi. Terbukti bahwa pada tahun 2022, Data Indonesia merilis bahwa Kementerian Agama (Kemenag) mencatat bahwa ada 1,64 juta santri diseluruh Indonesia dan Jawa Timur menempati peringkat pertama dengan persebaran santri terbanyak, yakni 564.299 orang santri<sup>2</sup>. Ribuan santri tersebut tidak hanya berasal dari Jawa Timur, tetapi dari seluruh Indonesia. Meskipun menempati peringkat pertama daerah dengan santri terbanyak, persebaran santri belum merata. Kebanyakan masih didominasi oleh pesantren-pesantren besar seperti Gontor, Lirboyo, Sidogiri, dan Tebuireng. Karena itu, persaingan guna menarik minat calon peserta didik baru setiap tahunnya sangat sengit, khususnya untuk pesantren-pesantren yang belum terlalu dikenal dan masih dalam proses berkembang.

Dalam memilih tempat pendidikan untuk putra putri tercinta, tentulah orangtua menginginkan yang terbaik. Tempat yang dapat mendidik, membangun, dan mengembangkan potensi-potensi anak dengan maksimal. Bukan tempat yang justru secara terbalik membuat anak-anak tidak mendapat peningkatan dalam pengetahuan, moral dan akhlak atau malah mengalami degradasi ketiganya. Untuk itu sebelum memutuskan untuk mengirim anak ke suatu lembaga pendidikan, orangtua pastilah

---

<sup>1</sup> Nu Online. <https://www.nu.or.id/nasional/pesantren-terbanyak-di-indonesia-ada-di-jawa-barat-ini-sebabnya-menurut-rmi-sHI9I> Diakses: 18 November 2023

<sup>2</sup> DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/ada-164-juta-santri-di-indonesia-terbanyak-di-jawa-timur> Diakses 18 November 2023

lebih dulu melakukan *research* atau riset mengenai lembaga pendidikan tersebut. Dilansir dari hasil studi yang dikeluarkan *Great School*<sup>3</sup> dalam website Dayadik, ada enam hal yang diperhatikan orangtua dalam memilih tempat pendidikan anak-anak mereka, yaitu: kualitas, reputasi, fasilitas, jenis kurikulum, dan keamanan sekolah. Hal lain yang diperhatikan juga meliputi pendapat wali murid lain. Informasi mengenai informasi sekolah biasanya diakses melalui *website* resmi sekolah, akun media sosial, ataupun *by mounth* atau dari mulut ke mulut. Salah satu penyebaran informasi yang diakui dapat meningkatkan nilai evaluasi produk dan memengaruhi keputusan konsumen<sup>4</sup>. Komunikasi dari mulut ke mulut dinilai lebih kredibel karena dirasa tidak mengandung niat promosi, atau murni kesan dari orang yang bersangkutan sehingga tidak dilebih-lebihkan. Oleh karena itu banyak orangtua murid yang sebelum memasukkan anaknya ke suatu sekolah, lebih dulu mencari informasi ke sanak saudara, tetangga, atau wali murid dari sekolah tersebut.

Citra pesantren juga bisa ditingkatkan melalui orang-orang yang terkait di dalamnya seperti kiai dan bu nyai, santri-santri, dan alumni. Pada umumnya, kepopuleran suatu pesantren dibarengi dengan kepopuleran kiai atau bu nyai yang mengasuhnya. Sosok kiai dan bu nyai memiliki pengaruh di masyarakat, dipandang baik karena ke-aliman atau karomah-karomahnya sehingga dapat mendongkrak atau menciptakan citra baik bagi pesantren tersebut. Yang kedua adalah santri. Kesopanan, kecerdasan, dan prestasi-prestasi yang para santri raih, akan secara otomatis menciptakan citra yang positif bagi pesantren. Dan yang ketiga adalah alumni-alumni yang berhasil dan sukses.

---

<sup>3</sup>Riset Memilih Sekolah. Dayadik: <https://dayadik.com/refleksi/riset-memilih-sekolah/> Diakses: 21 Des 2023

<sup>4</sup> Pengaruh Komunikasi dari Mulut Ke Mulut Terhadap citra merek dan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya pada nilai pelanggan. Sosial Budaya Vol. 15, No. 1, 69.

Citra yang ditampilkan dan keciri khasan suatu pesantren merupakan nilai penting yang menjadikan pembeda antara satu pesantren dengan pesantren lain. Dan tugas dari lembaga adalah untuk membangun dan mengembangkan citra yang sesuai dengan identitas pesantren yang ingin dicapai. Namun membangun citra pesantren adalah hal sulit untuk pesantren-pesantren yang masih baru di bangun, dan belum berkembang. Meski dari segi fasilitas dan kualitas pengajarnya sudah mumpuni, namun karena masih baru, sehingga tidak banyak informasi yang dapat diperoleh mengenai pesantren tersebut karena santri dan alumninya belum seberapa. Hal yang sama dialami juga oleh pesantren-pesantren kecil. Cara atau teknik yang tepat harus diperhatikan dalam upaya membangun citra agar proses penyampaian pesan atau informasinya berjalan baik. Oleh karena itu guna mengurangi kesenjangan yang jauh antara pesantren baru atau pesantren-pesantren kecil, dengan pesantren yang jelas sudah memiliki nama yang dikenal luas dan alumni tersebar luas di berbagai daerah, biasanya pesantren tersebut melakukan branding atau usaha untuk memperkenalkan dan membangun citra pesantren mereka melalui media sosial dan *website*.

Melaui media sosial, pesantren dapat melakukan branding dan membangun citra yang ingin ditunjukkanya dengan membagikan dokumentasi kegiatan, informasi positif, amalan-amalan, dan menyampaikan syiar agama. Kegiatan branding melalui media sosial tersebut dapat membangun citra pesantren dan membagikanya secara luas karena pengguna media sosial sangat banyak dan hampir menyeluruh di setiap lapisan masyarakat. Di era globalisasi saat ini, dan sejak merebaknya revolusi industry 4.0, internet mejadi media promosi paling efektif dan banyak digunakan dalam berbagai lini, bukan hanya ekonomi tetapi juga pendidikan, sosial, dan kemasyarakatan. Menurut laman berita online, OY! Indonesia. *Instragram* menduduki

posisi pertama media sosial paling efektif untuk digunakan sebagai media promosi, disusul *twitter* (atau X) *facebook*, *linkedln*, dan kemudian *tik-tok*<sup>5</sup>.

Salah satu upaya guna meningkatkan citra pesantren yang positif adalah dengan banyak melakukan atau membagikan kegiatan atau postingan yang bersifat dakwah, atau menyeru kepada kebaikan. Seperti yang termaksud dalam suarah al-imron ayat 104:

وَأنتكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ

Yang artinya: *dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar [217]; merekalah orang-orang yang beruntung*<sup>6</sup> (Q.S. Al Imron:104).

Untuk itu setiap pesantren saat ini dituntut untuk memiliki media sosial dan tim khusus yang bertugas untuk mengelola media sosial tersebut dan melakukan branding dengan cara membuat konten kreatif yang bersifat membangun, mengandung muatan dakwah, ataupun informasi positif mengenai pesantren tersebut. Seperti misal kegiatan para santri, pengajian kitab, ataupun kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial kemasyarakatan seperti bantuan kepada yang membutuhkan ataupun bakti sosial. Hal tersebut bertujuan supaya masyarakat kemudian mengetahui dan tertarik untuk memasukkan putra-putri mereka ke pesantren tersebut. Seperti pepatah: tak kenal maka tak sayang, maka branding yang dilakukan melalui informasi-informasi yang dibagikan di media sosial akan menjembatani ketidaktahuan atau kurangnya informasi tentang suatu informasi mengenai suatu pesantren di masyarakat.

<sup>5</sup> Media Online Paling Efektif untuk Promosi Bisnis. OY! Indonesia: <https://www.oyindonesia.com/blog/media-online-paling-efektif-untuk-promosi-bisnis> Diakses: 18 Januari 2024

<sup>6</sup> Kemenag. Al-Qur'an Nur Karim. Surah Al-Imron: 104

Di pondok pesantren Mukhtar Syafa'at 1 Putri yang berlokasi di Blokagung, Tagalsari, Banyuwangi. Terdapat kepengurusan khusus yang yang memegang bagian publikasi atau tim media yang bertugas untuk *me-manage* media sosial dan meningkatkan literasi santri. Tim ini disebut KMI (Koordinator Media Informasi) dan beranggotakan tiga orang. Proses branding yang dilakukan kepengurusan bagian KMI melalui media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Tik-tok*.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian berfungsi untuk memberikan batasan-batasan terhadap penelitian, guna memisahkan antara data yang relevan dan tidak. Agar dapat membantu dan memudahkan peneliti dalam reduksi data dari hasil data yang sudah dikumpulkan nanti. Penelitian ini mengedepankan kepada kepentingan yang mendesak atau urgensi, maka ditarik fokus penelitian, yaitu:

1. Apa saja upaya yang dilakukan KMI guna membangun citra positif pesantren Mukhtar Syafaat 1 Putri.
2. Bagaimana tanggapan masyarakat terkait branding yang dilakukan KMI melalui media sosial.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan umum dari penelitian adalah untuk mengetahui dampak atau peran media pondok, dalam hal ini KMI, dalam membangun citra positif pesantren Mukhtar Syafaat 1 Putri. Sementara tujuan khususnya yaitu:

1. Untuk mengetahui upaya upaya yang dilakukan KMI guna membangun citra positif pondok pesantren.
2. Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terkait branding yang dilakukan KMI.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian mengenai “Peran KMI (Koordinator Media dan Informasi) Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Melalui Media Sosial.” ini memiliki beberapa manfaat, yang terbagi kedalam dua jenis berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan secara teoritis yaitu sebagai pengembangan ilmu pengetahuan, dan memberi sumbangan akademik terkait citra positif pesantren. Juga menambah wawasan mengenai peran media sosial terhadap citra positif organisasi khususnya pesantren. Menjadi pijakan atau rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi penulis**

Penelitian ini mampu menambahkan pengetahuan dan pemahaman penulis tentang dampak media terhadap citra yang ditampilkan pesantren dan manfaatnya terhadap minat calon peserta didik baru. Sehingga peneliti berhasil menyumbangkan tenaga dan pikirannya untuk mendorong teman-teman media guna memaksimalkan penggunaan media sosial dalam membangun citra pesantren yang baik.

#### **b. Bagi Peneliti yang akan datang**

Penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan atau referensi terkait ilmu sosial khususnya *public relation*. Dan mampu meningkatkan pengetahuan atau temuan baru sehingga wawasan peneliti selanjutnya menjadi semakin luas dan berkembang.

Bagi seluruh pengurus media pondok pesantren, penelitian ini diharapkan dapat menjadi edukasi sehingga tercipta kesadaran untuk mengembangkan citra pesantren ke arah yang positif, demi terciptanya nama

baik pesantren tempat pengurus media mengabdikan. Penggunaan media sosial secara positif, dan kontinu membagikan konten-konten yang bermanfaat yang juga mengandung pesan dakwah, akan meningkatkan citra baik pesantren dan berpengaruh positif terhadap pesantren itu sendiri.

## **E. Definisi Istilah**

### **a. KMI (Koordinator Media dan Informasi)**

KMI (Koordinator Media dan Informasi) adalah organisasi yang termasuk kedalam kepengurusan pondok pesantren Mukhtar Syafa'at. Pertama kali dicetuskan oleh Rofi' Nihayatul Ulum (Alumni), saat masih menyantri di ponpes Mukhtar Syafa'at. Beliau berpendapat jika pesantren memerlukan sebuah wadah untuk mengaspirasi minat bakat santri terkait jurnalistik, karena pada saat itu banyak santri yang suka dan memiliki bakat di bidang tulis menulis, sehingga kemudian beliau mendirikan sebuah komunitas kepenulisan yang kemudian dinamai KPMS (Komunitas Penulis Mukhtar Syafa'at). Dari komunitas inilah kemudian KMI terbentuk.

Pada mulanya KPMS hanya mewedahi minat santri terkait tulis-menulis, KPMS mengadakan pelatihan jurnalistik, dan kemudian menghasilkan media cetak pesantren atau koran pesantren yang diberinama KaMus (Kabar Mukhtar Syafa'at). Kemudian pada masa jabatan Vina Rohmatul Ummah (2021-2022), KPMS yang pada mulanya hanya sebuah komunitas, dimasukkan kedalam jajaran kepengurusan. Yakni bagian multimedia yang berada dibawah komisi I bagian pendidikan. Tugas KPMS disini masih sama, yakni guna meningkatkan keterampilan atau *softskill* santri di bidang kepenulisan dan ditambahi tugas untuk membranding pondok pesantren Mukhtar Syafa'at agar tampak baik dimata orang

luar. Salah satu caranya adalah dengan mendokumentasikan setiap kegiatan dan mempublikasikannya keluar pesantren, baik itu melalui media cetak (KaMus) atau ataupun sosial media seperti *Instagram*, *Tik-Tok*, dan *facebook*.

KMI dalam kepengurusan baru ada pada masa jabatan Khoiriyyah (2022-2024) sebagai kepala pesantren. Khoiriyyah memisahkan antara pengurus bagian media yang bertugas membranding citra pesantren dengan KPMS yang merupakan komunitas santri peyuka tulis menulis. Setelah menjadi KMI, tugas pengurus bagian media pondok bertambah beberapa, seperti: siaran langsung pengajian Ihya Ulumudin dan Tafsir Jalalain, mendokumentasikan kegiatan melalui video, dan membuat konten-konten islami yang membangun bertema tradisi-tradisi kepesantrenan, dan santri.

#### **b. Citra Positif**

Menurut Ardianto<sup>7</sup> Citra merupakan kumpulan sejumlah keyakinan, gambaran, atau kesan yang dimiliki seseorang pada suatu obyek, dapat berupa orang, organisasi, atau instalasi. Citra sendiri bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis. Tetapi wujudnya dapat dirasakan melalui penilaian baik atau buruk, dan penerimaan yang positif atau negatif dari publik. Penilaian-penilaian tersebut kemudian dapat menimbulkan rasa hormat, dan kesan-kesan baik yang kemudian dapat mendatangkan manfaat atau keuntungan. Pura (2005) menyebutkan bahwa apabila suatu lembaga berhasil membangun citra yang positif dan kuat, maka hasilnya akan dapat dirasakan dalam jangka waktu yang lama. Terlebih apabila lembaga mampu memelihara dan konsisten terhadap pelayanan

---

<sup>7</sup> Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya (2003).

dan kualitas diberikan, yang sudah melekat pada citra yang sudah sengaja dibentuk tadi<sup>8</sup>.

Image atau citra positif suatu lembaga berkaitan dengan tanggapan atau kesan masyarakat terhadap lembaga tersebut, dan dapat diketahui melalui *feedback* yang diberikan. *Feedback* tersebut menunjukkan bahwa masyarakat percaya, puas, dan loyal sehingga pada gilirannya akan terjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Pembentukan citra lembaga dalam benak masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti: reputasi, kualitas pelayanan, fasilitas, alumni (untuk lembaga pendidikan), dan branding.

Sekarang ini mulai banyak perusahaan atau instalasi pendidikan yang menyadari pentingnya melakukan branding dan membangun citra positif agar dapat mendatangkan *benefit* atau keuntungan pada perusahaan atau lembaga. Branding biasanya dilakukan dengan mengadakan kegiatan yang bersifat kemasyarakatan atau dapat juga dengan membagikan kegiatan, postingan, dan informasi-informasi yang positif melalui media sosial. Melalui media sosial tersebut kemudian citra positif akan terbentuk.

### **c. Pesantren Mukhtar Syafa'at**

Pondok pesantren Mukhtar Syafa'at adalah yayasan yang terletak di dusun Blokagung, desa Karangdoro, kecamatan Tegalsari, kabupaten Banyuwangi, provinsi Jawa Timur. Pada mulanya yayasan Mukhtar Syafa'at bernama yayasan Darul Aitam yang hanya berkiprah di bidang sosial saja, namun pada perkembangannya kini yayasan Mukhtar Syafa'at sudah memiliki beberapa unit pendidikan. Mulai dari TK/PAUD, MTs, SMP, MA, SMK, sekolah diniyah tingkat

---

<sup>8</sup> Burhan Bugin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

Ula, Wustho, dan ulya. Juga dua unit pondok pesantren, yakni Pesantren 1 putra/putri, dan Pesantren 2 putra/putri<sup>9</sup>.

Nama Mukhtar Syafa'at diambil dari nama pengasuh pertama Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang sudah banyak dirasakan barokah keilmuannya. Pengambilan nama tersebut memiliki harapan besar serta tafa'ulan agar Yayasan Mukhtar Syafa'at juga bisa memberikan kontribusi keilmuan yang berkah khususnya kepada para santri dan umumnya kepada seluruh masyarakat.

Penelitian ini, peneliti lakukan di unit pesantren 1 putri. Yang mana menjadi tempat peneliti tinggal dan menimba ilmu. Alasan lain adalah karena kepengurusan bag. Media atau KMI hanya ada di pesantren putri satu, dan belum ada di unit pesantren mukhtar syafa'at yang lain. Selain itu pemahaman mendalam mengenai lokasi penelitian, dan keakraban peneliti dengan sumber-sumber data juga menjadi faktor yang menjadikan peneliti memilih lokasi penelitian di Pesantren Mukhtar S'afa'at putri 1.

#### **d. Media Sosial**

Media sosial saat ini sangat populer dan digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat dari berbagai latar belakang usia, ekonomi, pendidikan dan dengan tujuan akses yang beragam juga. Ada yang memanfaatkan media sosial untuk kegiatan silaturahmi, ekonomi, mencari hiburan dan informasi, dan juga sebagai sarana untuk membangun citra atau *image*. Media sosial menjadi tempat atau layanan yang memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dan berbagi kepada *netizen*. Media sosial merupakan sebuah media yang diakses secara *online* yang menggunakan teknologi berbasis web yang dapat mengubah kebiasaan

---

<sup>9</sup> Raport santri, lihat 'Profil Pondok Pesantren'

komunikasi yang sebelumnya satu arah, menjadi dialog interaktif dengan bantuan internet.

Menurut Ardiansah & Maharani, 2021<sup>10</sup> media sosial merupakan sarana yang menghubungkan dua arah dan mempermudah interaksi antara sesama pengguna. Media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang. Penggunaan media sosial sebagai alat *personal branding* adalah hal yang umum, banyak perusahaan atau organisasi sekarang mensyaratkan media sosial dalam rekrutmenya.

Media sosial bagi instalasi pendidikan misalnya pesantren, selain guna membangun citra juga dapat menjadi sarana promosi. Orang-orang akan mengakses media sosial jika membutuhkan informasi terkait suatu instalasi, menurut Vinda Devi bagi sebuah instalasi, sosial media yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Irfan Ardiansyah dan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM*. (Bandung: CV. Cendikia Press 2021).

<sup>11</sup> Instagram sebagai media marketing  
[https://books.google.co.id/books/about/Optimalisasi\\_Instagram\\_Sebagai\\_Media\\_Mar.html?id=HAoREAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Optimalisasi_Instagram_Sebagai_Media_Mar.html?id=HAoREAAQBAJ&redir_esc=y) Diakses 06 Des 2023.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### a. Media

Media adalah saluran komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan jamak dari kata medium. Secara harfiah, media adalah perantara. Yaitu sesuatu yang menghubungkan antara sumber pesan (*source*) dan penerima pesan (*receiver*)<sup>12</sup>. Menurut Arsyad, media adalah perantara yang digunakan manusia guna menyebarkan dan menyampaikan ide, pendapat atau gagasan kepada orang yang dituju<sup>13</sup>.

Media merupakan alat bantu yang sifatnya mempermudah siapapun yang menggunakannya. Tergandung pada jenisnya, media dapat dimanfaatkan dengan berbagai cara. Seperti media ajar yang memudahkan untuk mengajar, media komunikasi yang memudahkan dalam proses komunikasi, dan media informasi yang mempermudah dalam pemerolehan informasi.

Saat ini hampir seluruh hal, dari mulai pembelajaran, komunikasi, informasi, bahkan sampai dengan belanja dan promosi dapat dilakukan melalui media sosial. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlin, media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun atas ideologi teknologi Web 2.0, serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran<sup>14</sup>. Karena fungsinya yang beragam, media sosial saat ini menjadi media yang paling sering

---

<sup>12</sup> Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu Pengajaran*. (Jogjakarta: DIVA Press, 2011)

<sup>13</sup> Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)

<sup>14</sup> Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Publiciana: 2016

digunakan dan efektif dalam penggunaannya. Termasuk dalam upaya-upaya membangun citra suatu lembaga, perusahaan, ataupun organisasi guna memperoleh keuntungan atau profit.

## **b. Citra Positif**

Citra didefinisikan oleh Kotler dalam Ardianto sejumlah keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud dapat berupa orang, organisasi, ataupun perusahaan. Citra berbentuk abstrak, atau tidak bisa dilihat secara panca indra, namun dapat dirasakan. Oliver mendefinisikan citra sebagai suatu gambaran mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya<sup>15</sup>. Dalam pengertian lain, citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga; kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra adalah gambaran diri baik personal, organisasi, ataupun perusahaan yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian ataupun ciri khas<sup>16</sup>.

### **1. Citra Organisasi dan Manfaatnya**

Citra merupakan suatu aset penting bagi organisasi yang sudah selayaknya harus terus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik atau positif merupakan alat yang penting, bukan hanya untuk menarik minat konsumen tetapi juga untuk meningkatkan atau merubah tingkat kepuasan

---

<sup>15</sup> Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya (2003).

<sup>16</sup>Elvinaro Ardianto, & Soemirat Sholeh. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

terhadap organisasi. Citra organisasi berhubungan dengan publik atau masyarakat, kesan dan pengetahuan mereka terhadap organisasi itulah yang membentuk citra organisasi itu sendiri. Selain itu citra juga menunjukkan eksistensi organisasi di mata publik, atau menunjukkan pandangan masyarakat terhadap organisasi dalam waktu yang lama. Pencitraan yang terbentuk baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang telah ditetapkan didalam organisasi.

Manfaat citra yang baik atau positif khususnya dalam suatu organisasi pendidikan seperti pesantren adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya saing diantara organisasi pendidikan lainnya.
- b. Organisasi pendidikan yang memiliki citra baik dapat terhindar dari krisis karena tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi.
- c. Menjadi daya tarik tersendiri karena organisasi dengan citra yang baik dinilai handal dan terpercaya.
- d. Citra yang baik akan menarik konsumen atau peminat sehingga dapat memangkas anggaran pemasaran dan meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

Mempopulerkan citra merupakan tugas dari bagian PR atau *Public relations*. Berikut cara yang dapat digunakan untuk mempopulerkan suatu citra yang dikehendaki oleh organisasi secara bertahap:

- a. Citra yang ingin dibentuk harus menggambarkan jati diri organisasi yang sebenarnya, tanpa dikurangi ataupun dilebih-lebihkan.
- b. Adanya upaya untuk mempertahankan citra dengan mempertahankan kualitas dan terus melakukan branding.

- c. Senantiasa membenah diri guna memperbaiki kekurangan dan mengubah persepsi masyarakat terhadap organisasi.
- d. Senantiasa menjaga hubungan antara organisasi dan masyarakat dengan mengadakan kegiatan yang mempererat hubungan antara keduanya.

## 2. Jenis-Jenis Citra

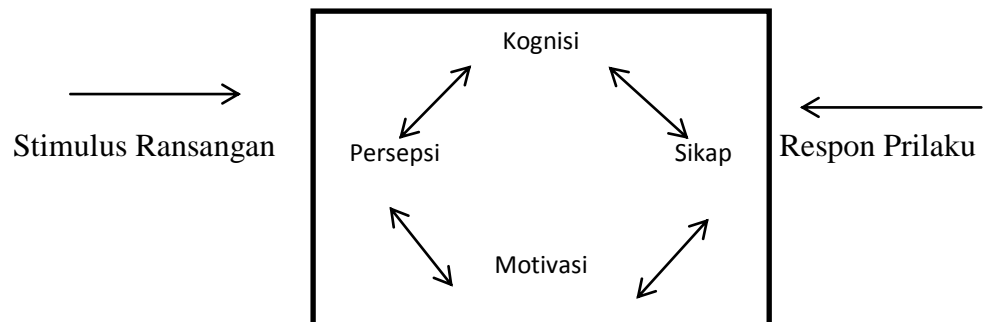
Frank Jefkins, dalam bukunya *Public relations* dan *Essential of Public Relations* membagi citra kedalam beberapa jenis:

- a. Citra Bayangan (*mirror image*), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
- b. Citra yang berlaku (*current image*), citra yang terdapat pada public eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut kurangnya informasi dan pemahaman publik eksternal (kebalikan dari *mirror image*).
- c. Citra yang diharapkan (*wish image*), citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- d. Citra Perusahaan (*corporate image*), citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan hanya citra atas produk dan pelayanannya.
- e. Citra majemuk (*multiple image*), sejumlah individu, cabang, atau perwakilan dari perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang berbeda dengan perusahaan atau organisasi tersebut secara keseluruhan.

## 3. Proses Pembentukan Citra

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang melalui pengetahuan atau pengertian tentang kenyataan dan fakta-fakta. Menurut Soemirat dan

Ardianto, citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang<sup>17</sup>. Proses pembentukan citra adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Model Pembentukan Citra Soemirat dan Ardianto

1. Stimulus adalah ransangan atau kesan lembaga yang diterima dari luar, yang membentuk persepsi.
2. Persepsi adalah hasil dari pengamatan unsur yang berkaitan langsung dengan pemahaman, pembentukan makna, dan stimulus indra.
3. Kognisi adalah sapek yang yang berhubungan dengan ide, kepercayaan, dan konsep.
4. Motivasi adalah kecenderungan untuk mencapai sesuatu atau tujuan tertentu.
5. Sikap adalah hasil evaluasi bisa positif atau negatif terhadap konsekuensi dari suatu tindakan.
6. Tindakan adalah repon individu terhadap ransangan yang berasal dari dalam maupun luar.
7. Respons adalah tindakan seseorang sebagai reaksi terhadap ransangan atau stimulus.

<sup>17</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*. (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2007)

Saat ransangan atau stimulus diberikan, masyarakat akan mulai membuat persepsi yang mana persepsi tersebut kemudian memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya objek. Selanjutnya akan dilakukan kognisi dimana terjadi pemahaman atas ransangan yang diberikan. Setelah itu muncul dorongan atau motivasi untuk melakukan kegiatan tertentu. Terakhir barulah muncul sikap, yang merupakan kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi, berpikir, dan juga muncul perasaan mendalam dalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai

### **c. *Pesantren dan Citra***

Pesantren adalah lembaga pendidikan islam yang memiliki akar historis panjang dan menduduki posisi yang cukup kuat sebagai lembaga pendidikan di Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Pesantren memakai sistem asrama atau pondok, orang yang belajar disebut santri, pemimpin dari pesantren dan sebagai figure sentral disebut kiai, kegiatan-kegiatannya berpusat di masjid, dan yang dikaji atau dipelajari adalah kitab kuning disamping juga ilmu-ilmu kemasyarakatan karena pesantren juga disebut sebagai 'model kecil dari masyarakat'. Hal tersebut dikarenakan pesantren merupakan lembaga pendidikan yang memiliki kekhasan tersendiri dan berbeda dari lembaga pendidikan yang lain.

Pesantren secara umum memiliki citra sebagai lembaga yang mendidik santri secara agama dan memiliki nilai moral tinggi, pesantren dianggap sebagai tempat untuk mencetak kader-kader dakwah dan orang-orang alim yang menjalankan agama dengan taat, pesantren juga terkadang secara negatife dipandang sebagai tempat untuk rehabilitasi bagi anak-anak

bermasalah supaya menuju kearah yang lebih baik. Secara khusus setiap pesantren memiliki citra yang berbeda-beda tergantung dari bagaimana masyarakat memandang pesantren tersebut dan bagaimana pesantren tersebut menunjukkan dirinya pada masyarakat. Entah itu positif atau negatif.

Citra merupakan aset penting bagi suatu lembaga khususnya pesantren yang mampu untuk mendorong apresiasi atau kontribusi masyarakat terhadap suatu pesantren, karena itulah citra menjadi bagian penting yang harus dibangun dan dijaga.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Ilmu pengetahuan bersifat universal atau umum, sehingga harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, dikaji secara ilmiah, dan dibuktikan validitasnya melalui data-data konkret. Ilmu Pengetahuan juga senantiasa berkembang, sehingga membutuhkan pembaharuan-pembaharuan disamping memang sudah seyogyanya bidang keilmuan harus senantiasa dikaji. Penelitian ini merupakan pembaharu dari penelitian sebelumnya, adanya penelitian terdahulu membuktikan bahwa topik ini penting dan menarik untuk dikaji.

Berikut penelitian terdahulu yang menjadi kajian peneliti, yang mana topik serta cakupannya sejalan dengan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Penelitian pertama adalah penelitian yang diteliti oleh Ghozian El Shidqi pada tahun 2022, skripsi, dan berjudul “Pengaruh *Public Relations* Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur” yang berasal dari Universitas Muhamadiyah Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur pengaruh *cyber public relations* terhadap citra pesantren Daar El Manshur melalui dua elemen yakni: Situs (*Website*)

dan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner kepada 76 responden yang merupakan warga RT.01 Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dan teknik peanalisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear, dan uji hipotesis menggunakan alat pengolah data SPSS versi 26.0. hasil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut: 1) *Cyber Public Relations* dengan indikator “Youtube yang disajikan Pondok Pesantren Daar EL Manshur sangat efektif sebagai media informasi dan komunikasi.”. 2) Identitas yang terdapat dalam *Cyber Media* Pondok Pesantren Daar El Manshur, dapat membangun atau meningkatkan citra. 3) *Cyber Public Relations* memiliki pengaruh terhadap citra melebihi variabel lainnya. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pesantren pada warga RT. 01 Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok.

2. Penelitian kedua adalah penelitian yang diteliti oleh Ahmad Wildan Maulana, Skripsi, pada tahun 2019, yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Divisi *Corporate Communication* PT Krakatau Stell (PERSERO) TBK.” Yang berasal dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam membangun citra perusahaan, PT Krakatau Steel (Persero) Tbk. Menggunakan *digital influencer* sebagai strategi membangun citra melalui media sosial *instagram*. Perusahaan menganggap *Instagram* sebagai media yang efektif dan interaktif dalam menyebarkan

pesan. Selain karena fiturnya yang menunjang juga menjadikan perusahaan dapat mengenalkan dan menunjukkan eksistensi perusahaan di media sosial secara efektif.

3. Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang diteliti oleh Afrilia Widiyanti, Skripsi, ditulis tahun 2022, yang berjudul “Peran *Public Relation* Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus Café di Pancor Kabupaten Lombok Timur)” yang dikeluarkan oleh Universitas Islam Negeri Mataram, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dalam penelitian ini metode yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, sehingga penelitian ini menggambarkan keadaan yang terjadi sebenarnya, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi dan hanya berusaha untuk mengungkap fakta tentang aktifitas *public relations* di café dalam hal meningkatkan citra perusahaan. Pengumpulan datanya penulis melakukan pengolahan informasi dari data-data primer dan data penjelas melalui data-data yang diperoleh lewat wawancara lapangan dengan bagian yang berhubungan atau bersangkutan dengan café. Berdasar penelitian tersebut, diperoleh hasil penelitian: 1) peran *public relations* dalam meningkatkan citra café memiliki kemiripan yang sama untuk menyajikan menu-menu khas café, program special guna menarik konsumen, menjaga hubungan baik antara pihak internal dan eksternal, dan juga membangun citra positif perusahaan. 2) pandangan masyarakat sekitar baik konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan menunjukkan hal yang positif, karena tidak ditemukan keluhan berarti.

NO	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Pengaruh <i>Public Relations</i> Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur	a. Membahas mengenai citra b. Penelitian dilakukan di pesantren c. Sama-sama membahas pemerolehan citra melalui media sosial	a. Pengumpulan data menggunakan kuisioner b. Jenis penelitian kuantitatif c. uji hipotesis menggunakan alat pengolah data SPSS versi 26.0.
2	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Divisi <i>Corporate Communication</i> PT Krakatau Stell (PERSERO) TBK	a. membahas mengenai citra b. jenis penelitian kualitatif c. sama-sama membahas pemanfaatan media sosial untuk membangun citra	a. penelitian dilakukan di perusahaan b. pokok penelitian pada strategi yang digunakan divisi <i>corporate communication</i>

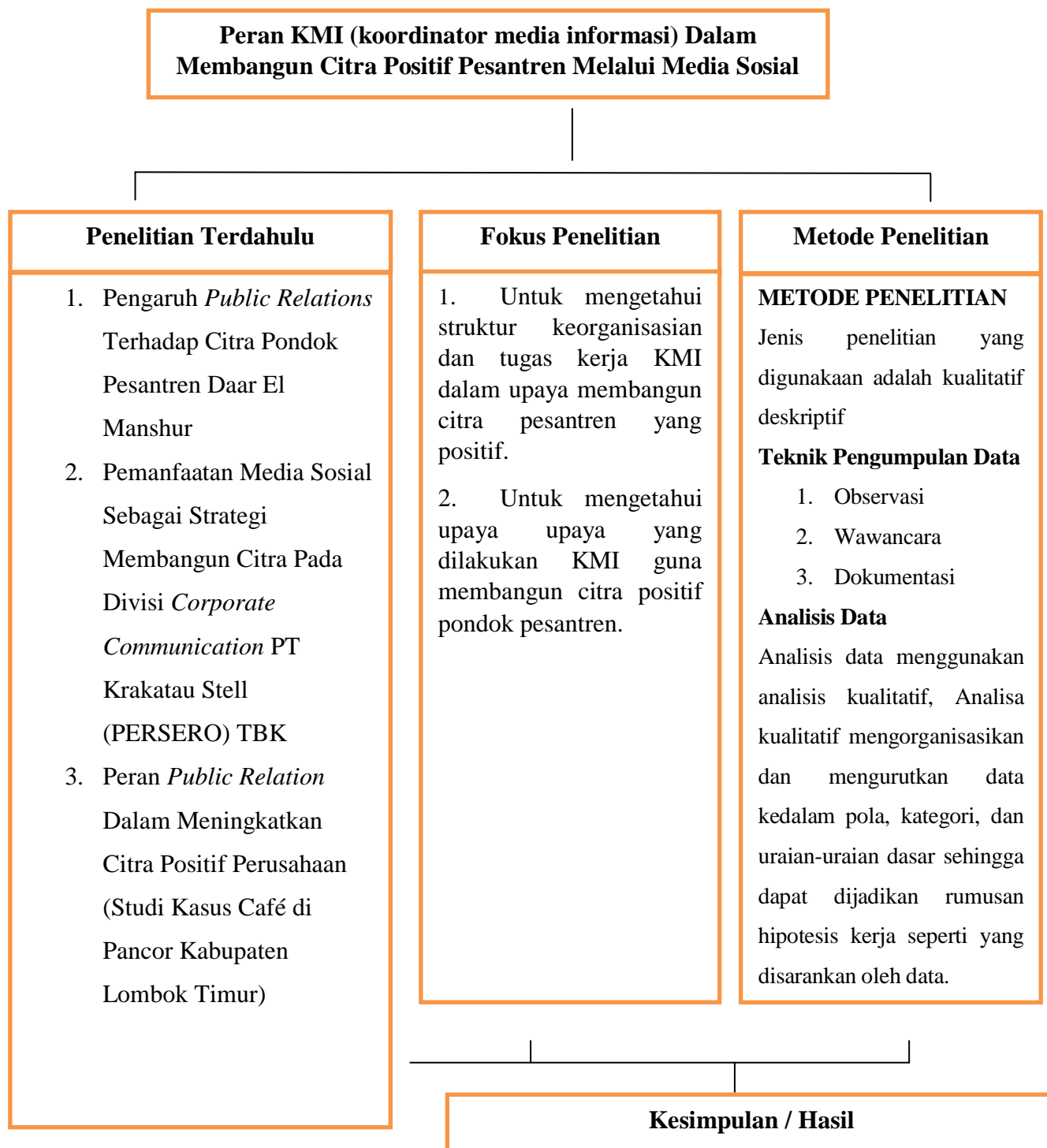
3	Peran <i>Public Relation</i> Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus Cafe di Pancor Kabupaten Lombok Timur)	a. sama-sama membahas citra positif b. jenis penelitian kualitatif c. pemerolehan data melalui wawancara	a. meneliti peran <i>public relations</i> b. penelitian dilakukan di café c. tidak menggunakan media sosial sebagai sarana membangun citra
---	--	--	--

### C. Alur Pikir Penelitian

Penelitian yang berjudul “Pengaruh KMI (Koordinator Media dan Informasi) Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Melalui Media Sosial.” akan mengkaji variabel yang telah ditentukan. Dalam penelitian yang mengkaji mengenai peran media dalam membangun citra positif pesantren ini akan mengordinir topik-topik yang kemudian akan dikorelasikan menjadi sebuah penelitian yang memiliki alur pikir yang logis dan ilmiah. Sehingga temuan atau hasil dalam penelitian ini dapat diterima kedalam bagian ilmu pengetahuan.

Berawal dari topik penelitian yakni peran KMI dalam membangun citra positif pesantren, maka kerangka konseptual kami meliputi kajian terdahulu, dan teori-teori yang menjadikan fokus masalah yang kami ambil menjadi semakin mantap dan

mengerucut, dan kemudian kami olah dengan menggunakan metode penelitian yang telah kami pilih. Sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan dan turut menyumbang corak baru dalam keilmuan terkhusus ilmu sosial. Adapun kerangka konseptual alur berfikir kami dapat lebih jelas dilihat dalam bagan berikut ini:



Gambar 2: Teoritis Hubungan Antar Variabel

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong, penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena yang dialami subyek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam suatu konteks khusus dengan menggunakan metode yang alamiah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yakni data yang mengandung makna yang sebenarnya<sup>18</sup>.

Dua tujuan utama dari penelitian kualitatif yaitu untuk mendeskripsikan dan mengeksplorasi serta mendeskripsikan dan menjelaskan. Tujuan utama lainnya adalah berkaitan dengan tindakan, anjuran, atau perbuatan yang menjadi tujuan penelitian<sup>19</sup>. Penelitian akan mengkaji secara mendalam dan mendeskripsikan upaya KMI dalam membangun citra positif pesantren di pondok pesantren Mukhtar Syafa'at.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.<sup>20</sup> Melalui penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan secara mendalam dan terperinci mengenai peran KMI (Koordinator media dan Informasi) dalam upaya membangun citra positif di pondok pesantren Mukhtar Syafa'at melalui hubungan kepada wali santri dan masyarakat. Data dalam penelitian ini bersifat deskriptif atau menjelaskan fakta-fakta yang ditemukan

---

<sup>18</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012).

<sup>19</sup> Rasyid Fathor, *Metodologi Penelitian Sosial Teori dan Praktik*. (Kediri: STAIN Kediri Press, 2015).

<sup>20</sup> Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Surabaya: SIC, 2001).

menggunakan kata-kata yang dijabarkan sebagaimana adanya seperti yang terjadi di lapangan dan juga apa yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh informan atau sumber data.

Fokus penelitian ini menggunakan *thick description* guna menjabarkan secara rinci mengenai suatu fenomena dan menghasilkan deskripsi yang lebih kaya dan komprehensif karena *thick deskripsi* menawarkan uraian yang lebih lebar sehingga mengurangi kesalahan penafsiran atau kontekstual dalam hasil penelitian dan menunjukkan kredibilitas peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mempelajari, dan memahami upaya-upaya yang dilakukan KMI dalam membangun citra positif pesantren Mukhtar Syafa'at.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di pondok pesantren Mukhtar Syafa'at, yang beralamat di dusun Blokagung, desa Karangdoro, kecamatan Tegalsari, kabupaten Banyuwangi, provinsi Jawa Timur. Letaknya di Utara Ponpes Darussalam Blokagung yang didirikan oleh almagfurlah KH. Mukhtar Syafaat Abdul Ghofur. Pondok pesantren Mukhtar Syafa'at masih memiliki hubungan dengan pondok Darussalam karena pendiri pondok pesantren Mukhtar Syafa'at, KH. Ahmad Qusyairi Syafa'at adalah putra dari pendiri pondok pesantren Darussalam.

Penelitian ini dimulai sejak Oktober 2023-selesai. Meski sebenarnya sudah sejak lama peneliti tertarik mengenai peran KMI dan keuntungan yang di dapat pesantren melalui konten-konten yang dibuat anggota KMI di Sosial Media. Sehingga secara tidak langsung mulai banyak mewawancarai berbagai pihak saat ada kesempatan, misal kepada santri baru, alumni, kepala pesantren, santri umum, sampai dengan beberapa wali santri karena setiap konten yang di-*upload* ke sosial media juga di-*share* ke grup Wattshap wali santri.

Waktu penelitian bersifat kondisional mengingat tempat peneliti dan informan sama yakni di Pondok Pesantren Mukhtar Syafa'at, dan kedekatan pribadi peneliti dengan informan karena dulunya peneliti juga bagian dari KMI, sebelum kemudian mendapat mandat tugas lain untuk mengisi posisi lain di kepengurusan pesantren bagian.

### **C. Kehadiran Peneliti**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen kunci yang menentukan hasil penelitian. Hal ini karena keabsahan data pada akhirnya diserahkan kepada peneliti sebagai subyek penelitian, sehingga data yang diperoleh maupun analisis-analisisnya sesuai dengan persepsi atau pandangan subyek. Menurut Nasution, kehadiran peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data sekaligus pelapor hasil penelitian<sup>21</sup>.

Sebagai instrumen kunci dalam penelitian ini peneliti berusaha menjalin hubungan yang baik dengan informan penelitian. Dalam tema penelitian peran KMI (Koordinator Media dan Informasi) dalam membangun citra positif pesantren melalui media sosial ini, peneliti memilih tiga informan yaitu: anggota KMI pondok pesantren Mukhtar Syafa'at yang berjumlah tiga orang, ketua pesantren selaku kepala seluruh program dan penanggung jawab kegiatan, dan beberapa wali santri juga masyarakat yang aktif mengikuti sosial media pesantren Mukhtar Syafa'at. Selama penelitian berlangsung, peneliti banyak melakukan perbincangan dengan informan penelitian guna membangun keakraban dan keterbukaan informasi informan. Meski demikian peneliti tetap akan berhati-hati serta cermat dan selektif agar data-data yang diperoleh benar-benar relevan dengan tema penelitian.

---

<sup>21</sup> Nasution, S. (1996). *Metodologi Penelitian Naturalistik*. Bandung: Tarsito.

#### D. Informan Penelitian

Menurut Burhan, Informan penelitian adalah subyek penelitian yang mana sumber data penelitian diperoleh dari mereka. Informan penelitian adalah orang yang mengetahui secara mendalam topik yang tengah diteliti sehingga dapat memberi informasi yang bermanfaat. Dalam penelitian, informan berfungsi sebagai pemberi timbal balik terhadap data penelitian.<sup>22</sup>

Dalam penelitian ini informan yang dipilih adalah anggota KMI yang berjumlah tiga orang, kepala pesantren, santri, dan wali santri. Informan diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang peneliti anggap mampu dan mengetahui dengan baik topic penelitian, yaitu kriteria sebagai berikut: 1) berada di daerah penelitian, 2) mengetahui kejadian atau permasalahan, 3) bisa berargumentasi dengan baik, 4) merasakan dampak dari kejadian atau permasalahan, 5) terlibat langsung dengan penelitian.

Untuk lebih jelasnya, informasi mengenai informan penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

NO	KETERANGAN	INFORMAN
1	Anggota KMI	3 Orang
2	Kepala Pesantren	1 Orang
3	Santri	5 Orang
4	Wali Santri	5 Orang

<sup>22</sup> Burhan Bugin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

## E. Data dan Sumber Data

Data merupakan serangkaian fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan guna menyusun informasi. Sumber data dalam penelitian kualitatif utamanya diperoleh secara verbal melalui wawancara atau tertulis melalui sumber-sumber pustaka atau analisa dokumen ataupun *feedback survey*. Dalam prosesnya, data diperoleh melalui kegiatan pengamatan dan pencatatan kata-kata atau perilaku informan saat proses wawancara, dapat dengan catatan tertulis, video, tape, foto, atau film. Pencatatan sumber data dengan wawancara dan pengamatan merupakan gabungan dari proses melihat, mendengar, dan bertanya. Dalam klasifikasinya Arikunto menuliskan bahwa sumber data dapat dibagi kedalam tiga bagian, yaitu *person* (sumber data berupa orang), *place* (sumber data berupa tempat), dan *paper* (sumber data berupa dokumen atau simbol)<sup>23</sup>. Sementara menurut Sugiono membagi sumber data utama dalam penelitian kualitatif meliputi, *Place* (tempat), *actor* (orang), dan *activity* (kegiatan)<sup>24</sup>.

### a. *Person* (Orang)

Sumber data berupa orang berarti sumber data yang dapat memberikan informasi melalui wawancara. Dalam penelitian ini sumber data orang atau *person person* adalah anggota KMI, kepala pesantren, santri, dan wali santri.

### b. *Place* (Tempat)

Sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam dan bergerak, dalam penelitian ini pondok pesantren Mukhtar Syafa'at putri 1 adalah objek penelitian, lingkungan ini bisa berupa keadaan sarana prasarana, serta pengamatan terhadap suasana pesantren.

---

<sup>23</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

<sup>24</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta, 2010).

c. *Paper* (Dokumen)

Sumber data yang menyajikan data-data yang telah disajikan dalam bentuk lembaran atau file, dapat berupa dokumen yang berhubungan dengan kemediamanarsip-arsip penting mengenai media pesantren, *flayer* kegiatan dan brosur.

d. *Activity* (Kegiatan)

Sumber data yang berupa segala kegiatan atau aktifitas yang diadakan di pesantren yang mana KMI berperan meliput kegiatan tersebut, dan juga kegiatan-kegiatan lain yang sesuai dengan tugas kerja KMI di pesantren seperti penjagaan perpustakaan, pelatihan desain dan kepenulisan, juga komunitas literasi yang sedang giat digalakkan guna membangun literasi santri yang unggul dan dapat meningkatkan kualitas keilmuan.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Tanzeh, pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>25</sup> Pada penelitian kualitatif, pada dasarnya teknik pengumpulan data yang biasa digunakan adalah observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi partisipatif dan wawancara mendalam dilakukan untuk menjelajahi dan melacak secara memadai terhadap realitas fenomena yang tengah di studi.<sup>26</sup> Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan dokumentasi:

---

<sup>25</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Teras, 2009).

<sup>26</sup> Burhan Bugin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

### 1. Wawancara

Mendapatkan Informasi dengan proses tanya jawab antara pewawancara dengan informan, dimana pewawancara bertanya dan informan menjawab sesuai dengan keadaan sebenarnya. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian yang berjudul Peran KMI (koordinator media dan informasi) Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Mukhtar Syafa'at 1 Putri ini dilakukan pada orang-orang yang terkait dengan objek penelitian. Yang sekiranya dapat menjadi sumber data guna memperkuat penelitian dan mampu memberikan data yang detail dan akurat.

### 2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan meninjau lapangan atau kondisi objek dan hal-hal yang berkaitan dengannya guna mendapatkan data. Observasi dilakukan guna memperoleh data akurat mengenai tempat (ruang), kegiatan, kejadian atau peristiwa yang terbukti faktanya karena disaksikan langsung oleh peneliti sendiri.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data mengenai peristiwa yang telah dilalui. Dokumentasi dapat berupa file, surat, tulisan, foto, ataupun karya-karya. Dokumentasi dapat memperkuat data yang sudah dikumpulkan. Seperti hasil wawancara yang dinilai lebih kredibel jika dapat dibaca melalui tulisan dan menyertakan dokumentasi berupa foto dan video dalam proses wawancaranya.

## **G. Keabsahan Data**

Untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh oleh peneliti maka perlu dilakukan uji keabsahan data. Menurut Sugiono, uji keabsahan data atau kredibilitas

dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus, dan member check. Adapaun triangulasi merupakan cara yang paling umum digunakan dalam peningkatan validitas dalam penelitian kualitatif, dalam keterkaitannya penelitian yang dilakukan dengan ragam sumber data yang tersedia<sup>27</sup>. Artinya data yang sama atau sejenis akan menjadi lebih valid atau mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber dengan melakukan wawancara, interview, dan studi dokumentasi.

Triangulasi menurut Moleong, menggunakan sumber data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, hal tersebut dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Sugiono, mengatakan bahwa keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas)<sup>28</sup>.

## H. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisa kualitatif. Analisa kualitatif mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan uraian-uraian dasar sehingga dapat dijadikan rumusan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh

---

<sup>27</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta, 2010).

<sup>28</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta, 2010).

data. Data yang terkumpul dapat berasal dari catatan lapangan, tanggapan peneliti, gambar, foto, dan dokumen yang berupa laporan dan informasi lainnya<sup>29</sup>.

Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sudah diperoleh dalam penelitian ini kemudian akan dikelompokkan ke dalam tema yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas atau diteliti, yaitu peran KMI atau media pesantren dalam membangun citra positif lembaga. Setelah dikategorikan data kemudian akan direduksi dengan cara memilah antara data yang relevan dengan tujuan penelitian dan mengecualikan yang tidak relevan. Reduksi dilakukan sekaligus untuk melihat hubungan antar konsep dan memudahkan peneliti dalam memahami mengenai strategi komunikasi media sosial yang digunakan pesantren.

---

<sup>29</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012).

## **BAB IV**

### **TEMUAN DATA LAPANGAN**

#### **A. Gambaran Data Lapangan**

Data merupakan hal pokok yang menjadi landasan atau bahan penelitian. Data lapangan merupakan data yang diperoleh dari pengamatan-pengamatan yang dilakukan di lapangan, dan diolah oleh peneliti bersamaan dengan teori dan hipotesis sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan. Pada penelitian yang berjudul “Peran KMI (Koordinator Media Informasi) Dalam Membangun Citra Positif Pesantren Melalui Media Sosial” ini terdapat data pokok berupa analisis konten di media sosial dan interaksi dengan walisantri juga masyarakat yang terjadi di dalamnya. Sebab itu hal-hal yang berhubungan atau menyangkut mengenai kejelasan data dan faktor yang berpengaruh dalam data yang diperoleh atau dihasilkan perlu dijelaskan dan dijabarkan. Kemudian juga proses atau keadaan yang didapat di lapangan. Berikut adalah gambaran data lapangan:

Lokasi penelitian yaitu pondok pesantren Mukhtar Syafa’at terletak di Dusun Blokagung, Desa Tegalsari, Kecamatan Banyuwangi. Lokasinya dekat dengan pondok pesantren Darussalam, atau tepatnya di antara ponpes Darussalam Blokagung. Terdapat dua cabang pesantren, yakni Mukhtar Syafa’at Pa/Pi 1 dan Mukhtar Syafa’at Pa/Pi 2. Penelitian ini dilakukan di pondok Mukhtar Syafa’at Putri 1. Terdapat enam asrama dengan kurang lebih 200 santri.

KMI sebagai salah satu sumber data merupakan kepengurusan yang berada dibawah ketua pesantren dan sekretaris. Anggotanya berjumlah tiga orang yakni: Sadza Azzahra Putri Indira, Al Barokah, dan Pugud Kenya Aisyahrani. KMI memiliki program kerja sebagai berikut:

NO	KEGIATAN	PENANGGUNG JAWAB
1	Melakukan siaran langsung pengajian pagi dan sore	SEMUA
2	Membuat ucapan hari-hari besar islam dan nasional.	Pugud Kenya Aisyahrani
3	Branding pesantren	Pugud Kenya Aisyahrani
4	Membuat kalam hikmah	Al Barokah
5	Mengelola dan mengembangkan perpustakaan	Sadza Azzahra Putri Indira
6	Mengadakan kegiatan yang bersifat literasi	Sadza Azzahra Putri Indira
7	Mendokumentasikan kegiatan santri	Al Barokah

Adapun macam-macam tugas harian yang dilakukan oleh KMI adalah pada pagi hari KMI akan melakukan siaran langsung pengajian kitab *Ihya' Ulummuddin* sedang pada sore harinya melakukan siaran langsung pengajian kitab *Tafsir Jallalain* melalui media sosial *Facebook*, membuka dan menjaga perpustakaan. Sementara itu

tugas-tugas yang lain seperti dokumentasi kegiatan dilaksanakan sesuai dengan waktu kegiatan berlangsung misal seperti Akhirussanah atau diklat.

Dalam menjalankan tugasnya KMI menggunakan fasilitas berupa hp dari pesantren dengan merek Samsung, tipe A51. Data lapangan yang diperoleh didapat dari pengamatan langsung karena peneliti juga mengikuti kegiatan yang sama di tempat penelitian, kumpulan arsip video juga flayer yang dibuat dan disebar oleh KMI melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Tik-tok*. Selain itu data juga didapat dari komentar dan tanggapan yang ditinggalkan oleh masyarakat disetiap postingan yang diunggah di sosial media pondok.

Berikut data informan dalam penelitian ini:

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>KETERANGAN</b>
1	Sadza Azzahra Putri Indira	Anggota KMI
2	Al Barokah	Anggota KMI
3	Pugud Kenya Aisyahrani	Anggota KMI
4	Khoiriyyah	Ketua Pesantren
5	Durotun Nisa	Santri
6	Anis Al Ilma	Santri
7	Intan Nur Aini	Santri
8	Nur Rohmah	Alumni
9	Nila Risqi Khirun Nisa	Alumni

10	Ahmad Kholil	Wali Santri
11	Khusnul Khotimah	Wali Santri
12	Syamsul Arifin	Wali Santri
13	Komariyah Syaifullah	Masyarakat Umum
14	Agung Bitit Sutrisna	Masyarakat Umum

Informan yang dari santri keseluruhannya tinggal meneta di pesantren dan berasal dari beberapa asrama dengan rentang usia 13-20 th. Sementara untuk wali santri ada yang berasal dari sekitaran banyuwangi seperti misal bapak Ahmad Kholil yang berdomisili di Wringin Rejo, Gambiran, Banyuwangi. Dan Ibu Khusnul Khotimah yang berdomisili di Ringintelu, Bangorejo, Banyuwangi. Untuk informan yang tempat tinggalnya masih dalam cakupan dapat dapat diakses, peneliti mengusahakan untuk melakukan wawancara langsung. Sementara untuk walisantri yang bertempat tinggal di Banyuwangi wawancara dilaksanakan melalui telfon dan chat. Informan dari pihak wali santri

## **B. Verifikasi Data Lapangan**

### **1. Deskripsi Data dan Analisis**

Fokus penelitian sesuai dengan Bab I yakni apa saja tugas KMI dan upaya yang dilakukan guna menumbuhkan citra positif pesantren, serta bagaimana tanggapan masyarakat terkait hal tersebut. Maka paparan data pada Bab IV ini juga mencakup hal-hal tersebut berdasar hasil penelitian yang dilakuan. Data diperoleh melalui metode pemerolehan dengan beberapa teknik pengumpulan data pada seluruh informan.

Hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan selama delapan bulan adalah adalah bahwasanya peranan KMI dapat membangun citra positif pesantren Mukhtar Syafa'at di mata masyarakat. KMI adalah pihak yang menjembatani antara pesantren dan masyarakat. Sebagaimana tugas media untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan dengan efektif. Hasil wawancara peneliti terkait peranan KMI dengan kepala pesantren Mukhtar Syafa'at putri, saudari Khoiriyah adalah sebagai berikut:

*“KMI itu bisa banget membangun citra pesantren. Apalagi jaman sekarang mudah sekali untuk menggring opini public melalui media sosial. KMI juga sama. Kalau ingin membangun citra pesantren, meski pada kenyataannya pesantrennya tidak begitu, tapi jika KMI mampu menampilkannya seolah baik, maka pandangan masyarakat akan ikut serta seperti yang diharapkan. Misal kaya pesantren menampilkan citra sebagai pesantren yang bersih, indah dan rapi. Tapi kan tidak selama 24 jam pesantren itu bersih, indah, dan rapi. Hanya karena yang ditampilkan adalah bagian bersih, maka pesantren tersebut sudah mendapat cap sebagai pesantren yang bersih. Inikan branding, upaya untuk membangun citra.”<sup>30</sup>”*

Wawancara kedua yaitu dengan anggota KMI Al Barokah mengenai peranan KMI dalam membangun citra, yakni sebagai berikut:

*“Program KMI itu tujuan utamanya adalah untuk membungkus semua yang ada di pondok supaya enak dipandang. Kalau bungkusnya bagus, banyak yang tertarik. Kesannya di masyarakat juga baik. Beda sama pondok yang dibungkus seadanya. Dan selain membungkus, KMI juga berupaya untuk membangun sumberdaya yang ada di dalam, ya seperti kegiatan literasi dan seminar design grafis seperti yang kapan itu. Oh... dan KMI juga berupaya supaya untuk supaya alumni yang sudah tidak di pondok bisa ikut dan berpartisipasi dengan kegiatan pesantren, contohnya pengajian Ihya' dan Tafsir. Trus setiap sebelum Liburan Maulud, dan liburan hari raya pasti ada kegiatan pengajian yang bisa diikuti alumni melalui siaran langsung di Facebook pondok.”<sup>31</sup>”*

---

<sup>30</sup> Khoiriyah, wawancara, Banyuwangi, 12 Desember 2023

<sup>31</sup> Al Barokah, wawancara, 19 Januari 2024

Kemudian wawancara dilanjutkan dengan dua anggota KMI lainnya yaitu Sadza Azzahra Putri Indira dan Pugud Kenya Aisyahrani terkait peranan KMI dalam membangun citra positif pesantren, dan usaha-usaha yang dilakukannya:

*“Kalau bendahara tugasnya di keungan, lalu Sekretaris di keadministrasian, tugasnya KMI itu untuk membangun vibes positif pesantren. Supaya orang-orang tahu kalau di pesantren itu menyenangkan dan punya banyak kegiatan yang membangun dan seru. Jadi pandangan orang-orang tentang pesantren yang ketinggalan jaman, atau jemet dan gak seru itu salah. Di KMI saya pegang perpustakaan, dan setiap Jum’at pagi atau Selasa sore jika tidak berbenturan jadwal dengan kegiatan lain, kami mengadakan baca bersama di halaman. Supaya santri itu jangan cuma belajar agama, tapi juga punya bekal ilmu pengetahuan umum, supaya tahu banyak, wawasannya luas.”<sup>32</sup>*

Wawancara berikutnya dengan anggota KMI, yakni Pugud Kenya Aisyahrani, berikut hasil wawancaranya:

*Dari Kenya: “Sama kaya Sasa (panggilan akrab Sadza), KMI tugasnya buat ngasih tahu wali santri dan masyarakat bahwa pesantren itu tempat yang menyenangkan. Tugasnya KMI memang kelihatan sepele, cuma video-video, posting-posting di ig, trus buat story dan status Wa. Tapi diri situkan Wali santri tau apa saja yang terjadi di pesantren.”<sup>33</sup>*

Dari observasi dan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa peranan KMI adalah untuk menjembatani informasi antara pesantren dan wali santri juga masyarakat. Agar masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan yang ada di dalam pesantren dan memiliki pandangan bahwa pesantren merupakan lembaga pendidikan terbaik yang tidak ketinggalan jaman karena bukan hanya mendidik secara pengetahuan, tapi juga *lifeskill*, wawasan, akhlak, dan moral.

Wawancara selanjutnya dari santri aktif pesantren Mukhtar Syafa’at, wawancara dilakukan pada tanggal 16 Januari 2024 kepada tiga orang santri sebagai informan. Sampel santri dipilih berdasarkan tahun masuk, yakni santri

---

<sup>32</sup> Sadza Azzahra Putri Indira, wawancara, Banyuwangi, 19 Januari 2024

<sup>33</sup> Pugud Kenya Aisyahrani, wawancara, Banyuwangi, 19 Januari 2024

baru Intan Nur Aini, santri yang sudah di pesantren selama tiga tahun Anis Al Ilma, dan santri yang sudah mondok lebih dari tiga tahun Durotun Nisa. Mengingat KMI baru ada sejak 2021 sehingga dibutuhkan data pembandingan antara sebelum KMI ada dan setelahnya.

Dari Intan: *“Berperan banget. Dulu ku kira di MS (Kependekan ponpes Mukhtar Syafa’at itu sama kaya di Darussalam, ketat. Tapi waktu ga sengaja lihat video kegiatan di Tik-tok, kayanya seru.”*

Wawancara tersebut kemudian diperkuat dengan wawancara dengan santri lainya yaitu Anis Al Ilma, yaitu sebagai berikut:

*“KMI berperan banyak sih, orangtuaku jadi tahu kegiatan ku dan juga acara-acara yang diadakan di pondok. Ibuk suka kalau aku muncul di vidio, pasti dibuat status wa.”* Kalau program favorit? *“Siaran Langsung! Soalnya bisa dilihat ulang, bisa untuk nembel kitab waktu bolong, ahaha”*

Pernyataan informan selanjutnya, yaitu Durotun Nisa yang sudah mondok lebih dari tujuh tahun, dan melihat perkembangan pesantren Mukhtar Syafa’at hampir satu windujuga turut mendukung pernyataan tersebut:

Dari Nisa: *“Program-program KMI yang ada berpengaruh sekali untuk mengubah pandangan masyarakat. Dari apa yang saya rasakan, perbedaannya cukup signifikan. Dulu orang-orang mengenal pondok pesantren Mukhtar Syafa’at sebagai panti. Karena memang pada awalnya pondok pesantren Mukhtar Syafa’at adalah LKSA, lalu setelah dibentuk KMI masyarakat jdi mengetahui bahwa Muhktar Syafa’at bukan hanya LKSA tetapi juga pesantren.”*

Beberapa wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa program KMI yang berupa dokumentasi kegiatan, dan mengunggahnya di media sosial telah memberikan pemahaman baru, juga informasi yang mendatangkan stimulus atau respon positif. Selain itu, KMI juga telah berhasil merubah pandangan atau persepsi masyarakat terhadap pesantren yang sebelumnya dipandang hanya bergerak di bidang LKSA, menjadi sebuah lembaga pendidikan yang diperhitungkan.

Selain itu, berikut beberapa tanggapan atau pendapat masyarakat yang dapat menunjukkan peranan KMI dalam membangun citra dan mendatangkan respon positif dari masyarakat.

Wawancara dengan Ahmad Kholil yang dua putrinya mondok di pesantren Mukhtar Syafa'at. Sehari-hari bapak Kholil bekerja sebagai pembuat tempe, dan mengurus ladang:

Peneliti: Bapak pernah melihat siaran langsung pengajian yang dilakukan KMI?

*“Belum pernah, sibuk. Jarang main hp saya, kalo istri mungkin pernah. (Disini bapak Kholil berhenti sebentar dan bertanya pada istrinya, dan kemudian dijawab oleh Ibu Aminah, “Aku taune seng pas poso kae”).<sup>34</sup>”*

Selain pengajian Ihya', KMI juga menyiarkan pengajian rutin ibu-ibu desa yang diadakan setiap pagi di bulan Ramadan. Dalam pengamatan peneliti sendiri, pada bulan Ramadan tahun 2024 kemarin, pernah ada komplain dari ibu-ibu saat KMI absen melakukan siaran langsung karena suatu halangan. Ibu tersebut, yang biasanya hadir di pengajian Ramadan di ndalem, pada hari itu berhalangan hadir dan ingin mengikuti pengajian dari rumah melalui siaran langsung, tetapi tidak bisa.

Keluhan yang sama pernah diutaran Alfi Shilah, seorang alumni pondok pesantren Mukhtar Syafa'at yang sekarang berdomisili di Sulawesi Utara, yang sayangnya penulis kehilangan kontak dengannya beberapa bulan terakhir. Melalui pesan *messenger*, Alfi bertanya alasan pengajian Ihya tidak dilaksanakan selama hampir seminggu. Anggota KMI dengan baik menjelaskan bahwa waktu itu

---

<sup>34</sup> Ahmad Kholil, wawancara, Banyuwangi 02 Februari 2024

Umine, atau Ny. Hj. Mahmudah Ahmad sedang melaksanakan umroh, dan Kh. Imam Khaudli berhalangan menggantikan mengisi pengajian kitab.

Masih wawancara dengan bapak Kholil, peneliti: Bagaimana tanggapan bapak terkait vidio-vidio dan foto yang dibagikan KMI?

*“Yang di grup walisantri itu tah? (disini bapak kholil bertanya dan peneliti menjawab: “iya.”) Ohh... bagus itu. Harus terus dilanjutkan. Sayakan jarang bisa jenguk anak-anak, jadi seneng kalau ada kiriman vidio, buat tombo kangen.”*

Dari wawancara tersebut, terlihat bahwa bapak kholil memiliki tanggapan positif terkait program KMI dan mengapresiasi. Hal ini menunjukkan bahwa dimata bapak Kholil pondok pesantren Mukhar Syafa’at memiliki citra positif, dan KMI berhasil mewujudkan hal tersebut melalui konten vidio dan foto kegiatan yang dibagikan di grup walisantri.

Hasil yang hampir sama didapatkan dalam wawancara dengan Ibu Khusnul Khotimah, juga wali santri yang putrinya mondok di Mukhtar Syafa’at. Dalam keseharian, Ibu Khusnul Khotimah menjaga toko dan mengajar mengaji. Berikut Hasil wawancara saat ditanya apakah mengetahui konten vidio atau gambar yang diunggah KMI di sosial media:

*“Anak media di MS, apa sebutanya? KMI? (disini penulis membenarkan. Ibu Khusnul termasuk wali santri yang aktif di grup wa, sehingga mengetahui banyak hal tentang pesantren.) KMI itu harus dipertahankan. Bagus itu untuk orangtua yang rumahnya jauh-jauh, ga bisa ngenton (Maksudnya menjenguk atau mengirim), supaya tetep tahu perkembangan anaknya. Kegiatan-kegiatanya juga bagus-bagus, ada diba’an. Wahhh itu penting sekali di masyarakat. Sekali-kali adakan juga kelas memasak, menjahit sul bolong.”<sup>35</sup>*

Dari wawancara diatas, diketahui bahwa ibu khusnul memandang pesantren memiliki citra sebagai pesantren yang memudahkan orangtua untuk mengetahui

---

<sup>35</sup> Khusnul Khotimah, wawancara, 03 Februari 2024

kegiatan sehari-hari anak mereka. Masih dengan Ibu Khusnul Khotimah, saat ditanya mengenai apakah informasi yang dibagikan KMI membantu dan bagaimana tanggapannya:

*“Setiap Kamis pasti dari pengurus nge-share jadwal kunjungan, Jum’at ini boleh ngirim atau enggak, itu sangat membantu. Orangtua kaya gini kan kadang supe ini minggu ke berapa.”*

Di Pesantren Mukhtar Syafa’at terdapat peraturan bahwa pengiriman atau kunjungan orangtua hanya dilakukan dua minggu sekali, yakni minggu pertama dan minggu ketiga. Sehingga KMI senantiasa membagikan informasi terkait jadwal kunjungan dan juga pemberitahuan lainnya. Misal kegiatan ataupun pembayaran dan liburan.

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Bapak Syamsul Arifin, informan dari pihak wali santri:

*“Saya kurang tahu kalo yang lain-lain, tapi kadang lihat yang di wa itu, (disini yang dimaksud adalah status wa) besok asyuro, trus ada amalan-amalan hari asyuro. Jadi bisa dilakokke, Saya kalo gak lihat itu gak akan inget, khekheke.”<sup>36</sup>*

Wawancara dengan ibu Ulfa:

*“Enak disana ya, asri. Banyak pohon-pohon. Jadi pikiran tenang dan belajar nyaman. Disana juga santrinya ga banyak jadi lebih leluasa dan dan nggak mpek-mpek an”*

Wawancara selanjutnya dengan masyarakat umum, yang tidak ada kaitanya dengan pesantren Mukhtar Syafa’at. Untuk mempersempit cakupan dan mempermudah pengambilan informasi, dipilih informan yang berteman dengan di Facebook dengan Facebook PP. Mukhtar Syafa’at Pi. Yakni Ibu Komariyah dengan akun Facebook @semata wayang, dan Ibu Hartika yang ada diluar pulau Jawa dengan nama akun @Adam Faiz. Daftar pertanyaan yang diberikan adalah:

---

<sup>36</sup> Syamsul Arifin, wawancara, 02 Februari 2024

- a. Pernahkah ibu melihat siaran langsung yang dilakukan di Facebook @PP. Mukhtar Syafa'at Pi?
- b. Bagaimana pendapat ibu tentang unggahan yang dilakukan? Baik di stori ataupun postingan?
- c. Bagaimana pendapat ibu tentang branding yang dilakukan pesantren Mukhtar Syafa'at melalui media sosial?

Dari ibu Komariyah: *“Saya pernah ga sengaja lihat (yang dimaksud adalah siaran langsung). Kalo yang lain, pendapat saya bagus. Santrinya aktif-aktif, kapan itu saya inget pernah ada lomba-lomba. Sekarang apa-apa itu harus diupdate, posting-posting. Kalo gak gitu gak laku.”<sup>37</sup>*

Dari ibu Hartika: *“Aku pernah nonton yang waktu puasa itu, tapi sekarang-sekarang enggak. Kalo pendapat aku tentang vidio-vidionya bagus-bagus, teruskam. Biar orang awan kaya kito orang ni juga tau kegiatan apa aja di pesantren.”<sup>38</sup>*

Dari wawancara diatas, pandangan masyarakat terhadap pesantren Mukhtar Syafa'at yang dilihat melalui media sosial sangat baik. Mereka memberi apresiasi dan respn positif. Dalam kolom komentar di beberapa unggahan juga banyak orang yang mendukung dan mendoakan pesantren Mukhtar Syafa'at. Hal tersebut juga mengindikasikan suatu persepsia tau citra yang baik dimata masyarakat.

## 2. Temuan Penelitian

Pemaparan diatas telah menjabarkan mengenai peranan KMI dalam upaya membangun citra positif di pesantren Mukhtar Syafaat. Selanjutnya berikut beberapa temuan penelitian yang peneliti dapat dari hasil observasi dan pengamatan di lapangan selama penelitian.

---

<sup>37</sup> Komariyah, wawancara, 06 Juni 2024

<sup>38</sup> Hartika, wawancara, 20 Maret 2024

### a. Siaran Langsung Pengajian Pagi dan Sore

Kegiatan ini dilaksanakan setiap hari kecuali hari Selasa dan Jum'at, pengajian *Ihya' Ulumudin* dimulai dari jam 06.00-07.00 dan diikuti oleh seluruh santri mulai tingkat 4 ula keatas. Sementara pengajian *Tafsir Jallalain* dimulai dari ba'da shalat Asar sekitar pukul 16.00-17.15 dan diikuti oleh santri dari tingkat 3 ula keatas. Pengajian ini diisi oleh Ny.Hj. Mahmudah Ahmad selaku pengasuh pondok pesantren Mukhtar Syafa'at Putri 1. Siaran langsung dilakukan melalui media *Facebook* atas permintaan langsung Ny.Hj. Mahmudah Ahmad yang mengkehendaki siaran pengajian dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas, karena *Facebook* dinilai diakses oleh masyarakat yang lebih beragam rentang usianya. Tidak seperti *Instagram* atau Tik-tok yang lebih sering diakses oleh anak muda. "*Siaran Langsungnya di Facebook saja Mbak, supaya ibu-ibu bisa ikut mengaji.*" Ucap beliau disalah satu rapat bersama pengasuh saat pertama program kerja KMI untuk menyiarkan secara live pengajian Ihya' dan Tafsir diperkenalkan<sup>39</sup>.

Selain itu, pengajian yang bersifat rutinan juga disiarkan secara langsung, seperti pengajian maulud dalam rangka memperingati kelahiran Nabi Muhamad SAW. Dan kitab yang dibaca adalah al-Barzanji. Kemudian juga rutinan pengajian bulan Ramadan dengan ibu-ibu sekitar.

Kendala dari program ini adalah karena kurang adanya pembaharuan, atau inovasi. Melakukan siaran langsung pengajian sudah terlalu mainstream dan tidak ada pembeda khusus yang menjadikan siaran langsung pengajian yang dilakukan KMI lebih memiliki daya saing dibandingkan dengan yang lain.

---

<sup>39</sup> Informasi didapat dari wawancara dengan ketua pesantren saudari Khoiriyah dan beberapa pengurus KMI angkatan pertama.

### **b. Membuat Ucapan Hari-Hari Besar Islam dan Nasional**

Pada program kerja KMI<sup>40</sup> terdapat jadwal hari-hari besar islam dan nasional, dan setiap waktu-waktu tersebut KMI akan mengunggah postingan ucapan di sosial media. Hal tersebut adalah bentuk pengingat dan apresiasi juga ucapan selamat.

Dari Pugud Kenya Aisyahrani (Anggota KMI): *“Hidup adalah untuk merenungkan dan merayakan suatu kejadian, jadi setiap hari itu spesial dan butuh untuk diapresiasi, terutama hari-hari besar yang pantas diingat dan dirayakan oleh seluruh masyarakat.”*

Ucapan-ucapan tersebut dibuat dan diedit melalui aplikasi di smartphone seperti canva, Piscart, dan lain sebagainya. Meski beberapa juga dibuat dengan corel draw ataupun photoshop.

### **c. Branding Kegiatan Pesantren**

Branding yang dilakukan oleh KMI bertujuan untuk menunjukkan bahwa pesantren Muktar Syafa'at Putri 1 adalah pesantren yang komunikatif dan dengan secara aktif menginformasikan kegiatan atau suatu informasi dari pesantren ke wali santri dan masyarakat ataupun sebaliknya. KMI akan membuat dan mengunggah flayer mengenai suatu kegiatan ke sosial media agar wali santri mengetahui tentang kegiatan tersebut, kemudian setelah acara atau kegiatan selesai KMI akan mengunggah foto atau video dokumentasi kegiatan. Video tersebut juga dikirim ke grup wali santri dan mendapat respon positif. Banyak wali santri yang mengapresiasi dan ikut senang dengan video yang diunggah

---

<sup>40</sup> terlampir

karena secara tidak langsung mereka dapat memantau kehidupan di pesantren putri mereka.

Selain itu KMI juga menyebarkan pengumuman seperti jadwal pengiriman, dan pemberitahuan liburan. KMI juga aktif membagikan amalan-amalan dari a'wan pengasuh dan membuat konten-konten positif yang bersifat membangun.

#### **d. Mengadakan Kegiatan Yang Bersifat Literasi dan Pelatihan**

Karena buku juga merupakan media, jadi mengelola perpustakaan juga merupakan tugas dari KMI. Mengingat terbatasnya akses informasi di dalam pesantren, karena terkendala beberapa peraturan, sehingga kebutuhan akan suatu informasi atau pengetahuan menjadi penting. Guna meningkatkan nilai diri santri, agar dapat bersaing dengan orang-orang yang memiliki akses informasi luas di era serba digital ini. Karena itu KMI mengadakan kegiatan yang mendorong terpenuhinya kebutuhan tersebut dengan membuka perpustakaan, mengadakan event yang membangun literasi dan skill, juga pelatihan-pelatihan seperti kelas menulis dan desain grafis.

Kegiatan literasi dan pelatihan yang dilakukan oleh KMI selama pengamatan yang dilakukan oleh peneliti adalah kegiatan 'piknik dan baca bersama setiap pagi hari jum'at' dan pelatihan design grafis dengan aplikasi canva yang diisi oleh Muhamad Ilya Rujhan, yang adalah alumni dari pondok pesantren Mukhtar Syafaat.

Saat kegiatan piknik dan baca bersama, peneliti menyaksikan dan turut serta dalam kegiatan tersebut. Selain membaca dan berbagi camilan, ada juga sesi sharing dan review buku yang baru dibaca. Buku-buku yang disediakan

kebanyakan adalah koleksi dari perpustakaan al iqro meski banyak juga santri yang sengaja membawa buku pribadi untuk dibaca.

**e. Mendokumentasikan Kegiatan Santri**

Selama penelitian, peneliti banyak menyaksikan dan terlibat dalam semua kegiatan. Dan disetiap kegiatan tersebut, anggota KMI akan selalu ada untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut entah itu dalam bentuk foto ataupun video. Dan kemudian diposting atau dijadikan cerita instagram ataupun status whatsapp. Foto dan video yang sudah diedit juga dishare kepada wali santri melalui grup Whatsapp.

KMI mendokumentasikan setiap kegiatan, baik itu kegiatan harian ataupun mingguan seperti roan Jum'at, dan bulanan seperti kegiatan simtudurror yang diadakan setiap malam Jum'at Pon dan kegiatan yang bersifat event seperti hari santri nasional, akhirussanah, class meeting, dan hari raya idul Adha yang biasanya diadakan kegiatan seperti lomba-lomba.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Bab sebelum-sebelumnya telah menjelaskan mengenai konteks penelitian, teori, metodologi penelitian yang digunakan, fokus penelitian, juga paparan data yang sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya telah dipaparkan juga data-data yang berhasil diperoleh dalam penelitian ini, menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Yakni, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya data-data tersebut akan dianalogikan menggunakan teori-teori yang telah digunakan, untuk melihat apakah data berhubungan dan mendukung fokus penelitian atau tidak.

Paparan data yang telah peneliti himpun telah dijabarkan secara gamblang. Selanjutnya temuan-temuan penelitian yang sudah ada akan dibahas menggunakan teori-teori yang telah ada dan disesuaikan dengan fokus penelitian agar tidak keluar dari konteks penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berfokus pada peranan KMI dalam membangun citra pesantren melalui media sosial. Dan oleh karena itu diperlukan juga tanggapan masyarakat terkait usaha-usaha yang telah dilakukan. Guna melihat apakah KMI memiliki peranan dalam membangun citra positif atau tidak.

Menurut Poerdarmita, upaya adalah usaha menyampaikan maksud, akal, dan ikhtiyar. Upaya adalah segala sesuatu yang bersifat mengusahakan sesuatu agar lebih berdayaguna, dan sesuai dengan yang dimaksud, baik itu fungsi, tujuan, atau manfaat melakukan suatu hal tersebut. Upaya berkaitan erat dengan pemanfaatan alat bantu atau media guna menunjang pelaksanaannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian upaya tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Upaya juga dijelaskan sebagai suatu cara, atau strategi yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan.

Peran media di era digital dalam membangun suatu citra itu sangat besar, sudah banyak bukti dimana suatu informasi dapat diplintir dan dimanipulasi guna menggiring opini public atau masyarakat. Hal ini sehubungan dengan pandangan McLuhan yang melihat media sebagai pencipta dan pengelola budaya. Teknologi telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat yang sangat bergantung pada teknologi tersebut. Karena itu peran KMI dalam membangun citra melalui media sosial sangatlah vital.

Dalam penelitian ini, KMI mengupayakan untuk membangun citra sebagai pondok pesantren guna menggeser citra sebelumnya yang mana dikenal sebagai panti asuhan Darul Aitam. Hal-hal positif yang dibagikan melalui media sosial sebagai sarana atau media untuk mewujudkan citra positif tadi akan secara perlahan mengubah persepsi masyarakat mengenai pondok pesantren Mukhtar Syafaat, yang adalah lembaga pendidikan keislaman bukan hanya lembaga swadaya. KMI berusaha menampilkan Mukhtar Syafaat sebagai sebuah lembaga yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai upaya untuk membangun citra positif, KMI memiliki beberapa program seperti: 1) Siaran langsung pengajian, 2) mendokumentasikan kegiatan dan membagikannya melalui media sosial, 3) branding pesantren, 4) aktif membuat story atau dan postingan di media sosial, Membuat story dan postingan di media sosial masuk kedalam proram kerja KMI seperti yang sudah ada diatas. Untuk story yaitu *one day one story* yang mana isinya adalah dokumentasi kegiatan, pamphlet acara, amalan, ataupun ucapan-ucapan. Untuk postingan di media sosial Instagram, Facebook, dan Tiktok dilakukan dua kali dalam satu minggu. Konten yang diupload macam-macam bisa dari dokumentasi kegiatan, amalan, ucapan-ucapan, ataupun mengikuti perkembangan konten yang terjadi di sosial media. 5) secara aktif menginformasikan kegiatan-kegiatan yang menunjukkan bahwa Mukhtar Syafaat adalah lembaga pesantren bukan hanya LSM.

Adapun sosial media yang dimiliki oleh pesantren adalah sebagai berikut:

NO	SOSIAL MEDIA	USERNAME
1	Facebook	Ponpes Mukhtar Syafaat pi
2	Instagram	ponpes_mukhtarsyafaat_pi
3	Tiktok	ppmukhtarsyafaatpi

Tabel 5

Membuat story dan postingan di media sosial masuk kedalam proram kerja KMI seperti yang sudah ada diatas. Untuk story yaitu *one day one story* yangmana isinya adalah dokumentasi kegiatan, pamphlet acara, amalan, ataupun ucapan-ucapan. Untuk postingan di media sosial Instagram, Facebook, dan Tiktok dilakukan dua kali dalam satu minggu. Konten yang diupload macam-macam bisa dari dokumentasi kegiatan, amalan, ucapan-ucapan, ataupun mengikuti perkembangan konten yang terjadi di sosial media.

Dari upaya-upaya yang dilakukan KMI guna membangun citra positif pesantren, tersebut didapat hasil sebagai berikut:

**a. KMI membentuk citra positif**

Citra sendiri didefinisikan sebagai kumpulan keyakinan, kesan, atau gambaran yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra bersifat abstrak tetapi wujudnya dapat dirasakan dengan penilaian baik dan buruk. Program kerja KMI dibuat untuk membangun citra positif, dimana masyarakat memiliki penilaian yang baik terhadap pesantren. KMI memoles dan membagikan informasi agar dapat memberikan dampak atau respon dari masyarakat. Adapun proses pembentukan citra adalah sebagai berikut:

1. Pemberian Stimulus atau rangsangan.
2. Mulai terbentuknya persepsi.

3. Persepsi kemudian mendorong terjadinya pemaknaan terhadap rangsang.
4. Selanjutnya dilakukan kognisi atau pemahaman terkait rangsangan yang diberikan.
5. Setelah adanya kepaahaman, kemudian muncul dorongan untuk melakukan sesuatu.
6. Dan terakhir adalah sikap yang diambil berdasarkan pemahaman yang dibentuk tadi.

Seperti pada program membagikan kegiatan ke sosial media, dari data wawancara, didapat hasil:

Wawancara dengan bapak kholil, *“Ohh... bagus itu. Harus terus dilanjutkan. Sayakan jarang bisa jenguk anak-anak, jadi seneng kalau ada kiriman vidio, buat tombo kangen.”*. Mendokumentasikan kegiatan dan membagikanya di media sosial merupakan stimulus atau rangsangan yang diberikan pesantren untuk menumbuhkan atau membangun citra, dan respon bapak Kholil *“Ohh... Bagus.”*. Menunjukkan telah terjadinya persepsi dan kognisi dimana bapak Kholil mendapatkan pemahaman bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang yang bagus dan dapat diartikan sebagai respon positif, atau citra yang dihasilkan adalah positif. Kalimat selanjutnya, *“Harus terus dilanjutkan.”* Dapat diartikan sebagai apresiasi dan harapan agar kegiatan tersebut tetap terus dilakukan, karena ada motivasi atau dorongan untuk melakukan sesuatu, yakni melihat vidio-vidio kegiatan lain, karena *“sayakan jarang menjenguk anak-anak, jadi seneng kalau ada kiriman vidio, tombo kangen.”*

Dalam hasil wawancara lain, ibu Komariah memiliki pendapat atau persepsi bahwa pondok pesantren mukhtar syafaat adalah tempat yang aktif dan menyenangkan, terlihat dari, *“Santrinya aktif-aktif, kapan itu saya inget pernah ada lomba-lomba.”* Ibu Komariah juga menunjukkan persetujuan dengan kalimat, *“Sekarang apa-apa itu harus diupdate, posting-posting. Kalo gak gitu gak laku.”*

Salah satu citra yang berhasil dibentuk adalah citra pesantren asri yang tenang dan nyaman, seperti yang diperoleh dari wawancara dengan dengan Ibu Ulfa:

*“Enak disana ya, asri. Banyak pohon-pohon. Jadi pikiran tenang dan belajar nyaman. Disana juga santrinya ga banyak jadi lebih leluasa dan dan nggak mpek-mpek an”*

**b. KMI mengubah citra Mukhtar Syafaat adalah LSM menjadi Mukhtar Syafaat adalah pondok pesantren yang juga memiliki LSM.**

Citra negatif merupakan persepsi yang menyimpang, atau tidak sesuai dengan keadaan yang dapat membawa dampak atau efek yang buruk terhadap suatu organisasi atau lembaga. Untuk memperoleh keuntungan atau timbal balik yang diinginkan, citra negative harus dihilangkan atau diubah. Bagi pesantren, citra negatif menjadikan 1) pandangan masyarakat buruk, 2) PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) menurun, 3) Muncul ketidakpuasan terhadap fasilitas yang diberikan, 4) Pesantren tidak berkembang, 5) Performa dan prestasi menurun dan banyak lagi.

Dari data yang sudah diperoleh melalui wawancara pada bab sebelumnya, diketahui bahwa seblumnya Mukhtar Syafa'at dikenal sebagai lembaga kemasyarakatan sosial dan anak, atau LKSA, juga panti asuhan. Panti asuhan adalah tempat yang bertanggung jawab memberikan layanan pengganti dalam pemenuhan keutuhan fisik, pendidikan, dan mental anak asuhnya. Sebagai lembaga pesantren, citra panti asuhan yang masih melekat merupakan citra negative yang merugikan, karena membatasi segmen pasar di lingkup kecil. KMI melalui konten-kontennya di media sosial telah berhasil mengubah citra 'hanya' panti asuhan yang melekat di pondok pesantren Mukhtar Syafa'at menjadi pondok pesantren yang juga memiliki lembaga swadaya masyarakat berupa LKSA. Kesimpulan ini didapat dari hasil wawancara dengan Nisa' :

*“Program-program KMI yang ada berpengaruh sekali untuk mengubah pandangan masyarakat. Dari apa yang saya rasakan, perbedaannya cukup signifikan. Dulu orang-orang mengenal pondok pesantren Mukhtar Syafa'at sebagi panti. Karena pada awalnya pondok pesantren Mukhtar Syafa'at adalah LKSA, lalu setelah KMI terbentuk masyarakat jadi mengetahui bahwa Mukhtar Syafa'at bukan sekedar panti lagi tetapi pondok pesantren.”*

Perubahan pandangan dari panti ke pondok pesantren sudah sangat terasa. Sekarang jika ditanyai orang mondok dimana, dengan cukup bilang pondok MS orang-orang sudah mengerti dan tidak lagi perlu menambahkan embel-embel ‘panti’ pada sebutanya. Meski sampai sekarang Mukhtar Syafaat masih sering disalahpahami sebagai bagian utuh dari pondok pesantren Darussalam, dan bukannya yayasan yang berbeda, bisa dimaklumi karena memang pendirinya merupakan keluarga besar pengasuh pondok pesantren Darussalam. Dan dengan berlalunya waktu, dengan upaya-upaya KMI, kesalahpahaman tersebut tentulah akan dapat berubah. Perubahan pandangan mengenai pondok pesantren Mukhtar Syafaat yang bukan lagi sekedar panti ini sudah hampir menyeluruh di golongan muda dan dewasa awal, sedang untuk masyarakat sepuh masih sulit untuk menghilangkan persepsi bahwa lembaga Mukhtar Syafaat itu adalah panti.

Cita negatif lain yang berhasil diubah adalah citra sebagai pesantren yang ketat. Seperti diketahui bahwa pesantren Mukhtar Syafa’at masih satu akar dengan pondok pesantren Darussalam karena pendiri dan pengasuh pertamanya merupakan putra dari pendiri pondok pesantren Darussalam, Yakni Alm. KH. Ahmad Qusaiyri Syafa’at yang adalah putra ke-3 Almarhum Almagfurlah KH. Mukhtar Syafa’at Abdul Ghofur.

Dari Intan, *“Dulu ku kira MS itu sama kaya di Darussalam, ketat. Tapi waktu lihat vidio di Tik-tok, kayanya seru.”*

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian diatas, mengenai peranan KMI dalam membangun citra positif pesantren melalui media sosial, didapat hasil sebagai berikut:

1. Program kerja KMI guna membangun citra pesantren yang baik adalah sebagai berikut: 1) Siaran langsung pengajian, 2) mendokumentasikan dan membagikan dokumentasi kegiatan melalui media sosial, 3) Branding pesantren, 4) Aktif membuat stori setiap hari dan memposting unggahan setiap seminggu sekali, 5) secara aktif menginformasikan kegiatan-kegiatan yang menunjukkan bahwa Mukhtar Syafaat adalah lemba pesantren bukan hanya LSM.
2. Santri dan masyarakat memiliki pandangan yang baik terhadap program-program KMI dalam membangun citra positif, mengapresiasi, dan mengharapkan berberlanjutan program tersebut.

#### **B. Saran**

Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Sehingga sebagai manusia tentulah setiap orang dapat melakukan kesalahan dan kekeliruan dan membutuhkan bimbingan atau saran guna menjadi insan yang lebih baik. 1. KMI perlu untuk meningkatkan inovasi dan kualitas konten-kontennya guna menarik lebih banyak minat orang-orang dan membangun citra positif yang lebih kuat. 2. Berhasil membangun citra tidak boleh dijadikan tujuan atau hasil, harus dibarengi juga dengan upaya untuk mempertahankan citra tersebut sehingga menjadi identitas diri yang kuat dan tak terpisahkan. 3. KMI dan pihak-pihak yang terkait dan membutuhkan citra positif pesantren, misal pengasuh dan pengurus, harus ikut serta membangun dan menjaga citra positif.

## Daftar Pustaka

- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM*. Bandung: CV. Cendikia Press.
- Ardianto, & Sholeh, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, E. (2003). *Public Relations Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bugin, B. (2005). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cahyono, Anang Sugeng (2016), *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Publiciana 9, no 1.
- Fathor, R. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial Teori dan Praktik*. Kediri: STAIN Kediri Press.
- Indriana, Dian, (2011). *Ragam Alat Bantu Pengajaran*. Jogjakarta: DIVA Press
- Juliana. (2018). Pengaruh Komunikasi dari Mulut Ke Mulut Terhadap citra merek dan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya pada nilai pelanggan. *Sosial Budaya Vol. 15, No. 1*, 69.
- Kejora, S. C. (2019). *Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam Melalui Manajemen Strategis Public Relations (Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang)*.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations Writting*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nasution, S. (1996). *Metodologi Penelitian Naturalistik*. Bandung: Tarsito.
- Riyanto, Y. (2001). *Metodologi Penelitian Pendidikan* . Surabaya: SIC.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2004). *Public Relations Perusahaan Kajian Program Implementasi* . Bandung: Nuansa Cendikia.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Yadin, D. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

**Website:**

*Riset Memilih Sekolah.* (2020, Oktober 20). Diakses: 21 Desember 2023, dari Dayadik: <https://dayadik.com/refleksi/riset-memilih-sekolah/>

*Membangun Citra Lembaga Melalui Media Sosial.* (2021, November 03). Diakses: 06 Desember 2023, dari BAWASLU Kabupaten Sleman: <https://sleman.bawaslu.go.id/content/256/Membangun-Citra-Lembaga-Melalui-Media-Sosial/>

Luthfi. (2021, Juli 30). *Media Online Paling Efektif untuk Promosi Bisnis.* Diakses: 18 Januari 2024, from OY! Indonesia: <https://www.oyindonesia.com/blog/media-online-paling-efektif-untuk-promosi-bisnis>

Muhammad, L. A. (2023, 10 17). *Pesantren Terbanyak Di Indonesia Ada DI Jawa Barat, Ini Sebabnya Menurut RMI.* Diakses: 18 November 2023, dari NuOnline: <https://www.nu.or.id/nasional/pesantren-terbanyak-di-indonesia-ada-di-jawa-barat-ini-sebabnya-menurut-rmi-sHI9I>

Rizaty, M. A. (2022, Oktober 21). *Ada 1,64 Juta Santri Di Indonesia, Terbanyak Di Jawa Timur.* Diakses: 18 November 2023, dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/ada-164-juta-santri-di-indonesia-terbanyak-di-jawa-timur>

## LAMPIRAN GAMBAR



Penulis bersama ibu Khusnul Khotimah



Kegiatan siaran langsung



Informasi mengenai jadwal kunjungan



Kegiatan akhirussanah



Pengajian Tafsir Jalalain



Penulis bersama Al Barokah (Anggota KMI)



Penulis bersama bapak Kholil



Mading santri



Penulis bersama beberapa santri



Salahsatu potret kegiatan yang dibagikan melalui media sosial



Poster pelatihan design grafis



Potret kegiatan yang dibagikan melalui media sosial

## **BIODATA PENULIS**



Penulis bernama lengkap Hani'atussolikhah. Lahir di Riak Siabun I pada 29 Maret 2002. Anak pertama dari pasangan Imam Zuhri dan Ulfatul Muniroh. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis tinggal di Blokagung, karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi. Disebuah pesantren yang bernama Mukhtar Syafa'at. Penulis memulai riwayat pendidikan dari taman kanak-kanak Nusantra III, kemudian dilanjutkan pendidikan Sekolah Dasar 162 Seluma selama 6 tahun, kemudian melanjutkan lagi di MTs Al-Amiriyyah, sekaligus nyantri di pesantren Darussalam sampai dengan lulus SMA. Penulis menempuh pendidikan SMA di SMA Darussalam dan kemudian melanjutkan pendidikan ke Institut Agama Islam Darussalam yang sekarang sudah resmi menjadi Universitas KH. Mukhtar Syafaat.