

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pondok pesantren merupakan salah satu institusi pendidikan Islam tertua di Indonesia yang memainkan peran pivotal dalam pembentukan karakter, moralitas, serta nilai-nilai spiritual masyarakat. Eksistensinya telah diakui sejak berabad-abad lampau sebagai pusat utama pembelajaran agama, dakwah, dan pembinaan akhlak bagi generasi muda. Selain berfungsi sebagai lembaga pendidikan keagamaan, pesantren juga berperan sebagai institusi sosial dan budaya yang berkembang secara organik serta terintegrasi dengan kehidupan komunitas sekitarnya. Dalam konteks sejarah bangsa Indonesia, pesantren memberikan kontribusi signifikan terhadap perjuangan kemerdekaan, penguatan identitas keislaman, serta pengembangan sumber daya manusia yang berlandaskan pada nilai-nilai moral dan spiritual (Dhofier 2011: 35).

Perkembangan zaman yang diiringi oleh arus globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah mendorong transformasi mendasar dalam dunia pendidikan. Masyarakat kontemporer kini hidup dalam ekosistem digital yang ditandai dengan kemudahan akses informasi, ekspansi platform media sosial, serta keterbukaan terhadap berbagai budaya dan perspektif baru. Kondisi tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap cara pandang masyarakat, khususnya generasi muda, dalam

memandang berbagai institusi pendidikan, termasuk diantaranya pesantren. Sebagai lembaga pendidikan yang berakar pada tradisi, pesantren kerap dihadapkan pada tantangan serius yang berkaitan dengan persepsi publik yang telah lama terbentuk (Madjid 1997: 12).

Sebagian masyarakat masih menempatkan pesantren dalam kerangka pandang yang cenderung negatif, yakni sebagai institusi yang tertutup, rigid, serta tidak responsif terhadap dinamika perubahan zaman. Sistem pembelajaran yang menekankan otoritas kiai, penggunaan metode pengajaran konvensional, serta pola relasi hierarkis antara pendidik dan santri kerap dipersepsikan sebagai bentuk struktur hubungan yang tidak setara dalam konteks pendidikan. Kondisi ini juga mencerminkan adanya sistem sosial yang berjenjang, di mana posisi individu seringkali dipengaruhi oleh status, peran, atau kedudukan tertentu. Pandangan ini diperkuat oleh berbagai narasi yang berkembang di masyarakat, baik melalui media massa, media sosial, cerita dari mulut ke mulut, maupun konten-konten digital yang menggambarkan kehidupan pesantren secara sepihak dan kurang proporsional (Nata 2018: 87).

Isu mengenai pola hubungan yang hierarkis di dunia pesantren muncul akibat kuatnya figur sentral seorang kiai yang dianggap memiliki otoritas mutlak dalam menentukan berbagai kebijakan serta pengambilan keputusan. Meskipun dalam banyak kasus posisi kiai dihormati sebagai guru, pemimpin spiritual, dan figur teladan, namun sebagian pihak menilai bahwa

hubungan antara kiai dan santri tidak berjalan secara setara dan demokratis. Hal inilah yang kemudian membentuk opini negatif di sebagian kalangan masyarakat, khususnya generasi muda yang tumbuh dalam budaya modern yang mengedepankan kebebasan berekspresi, keterbukaan, kesetaraan, dan partisipasi aktif dalam proses Pendidikan (Mujani 2016: 101).

Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak pesantren di Indonesia yang telah mengalami transformasi besar-besaran menuju arah modernisasi. Pesantren modern mulai mengintegrasikan sistem pendidikan formal ke dalam kurikulumnya, seperti kurikulum nasional, mata pelajaran umum, penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran, hingga penerapan manajemen lembaga yang lebih profesional. Pesantren tidak lagi hanya menjadi tempat untuk memperdalam ilmu agama, tetapi juga menjadi lembaga pendidikan yang mempersiapkan santri agar mampu bersaing di dunia global tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman (Azra 2000: 53).

Salah satu wujud pesantren modern yang kini mengalami perkembangan adalah Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* Jetis Ponorogo (MBS). Lembaga ini bernaung di bawah organisasi Islam Muhammadiyah yang dikenal sebagai organisasi modernis yang mengusung konsep berkemajuan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan. Muhammadiyah *Boarding School* hadir dengan konsep pendidikan yang memadukan antara ilmu agama, ilmu pengetahuan umum, pendidikan karakter, serta penguasaan teknologi. Santri tidak hanya semata-

mata dibentuk untuk menjadi individu yang taat beragama, melainkan juga diproyeksi memiliki kapasitas intelektual yang memadai, kecakapan sosial yang baik, serta wawasan global yang luas.

Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* berupaya mendekonstruksi stigma negatif yang selama ini melekat pada institusi pesantren dengan menghadirkan sistem pendidikan yang lebih terbuka, partisipatif, dan transparan. Lembaga ini menghadirkan sistem pembelajaran berbasis teknologi informasi, penggunaan bahasa asing (Arab dan Inggris), serta berbagai program pengembangan diri seperti pelatihan kepemimpinan, *public speaking*, kewirausahaan, dan sejumlah kegiatan pemberdayaan potensi santri lainnya. Lingkungan pesantren dirancang lebih modern dengan fasilitas yang memadai, manajemen yang profesional, dan sistem komunikasi yang aktif antara pihak pesantren dan Masyarakat (Jefkins 2004: 20).

Meskipun telah mengalami berbagai perkembangan dan pembaruan, citra pesantren di masyarakat tidak mengalami transformasi instan. Persepsi publik terbentuk melalui proses yang berkepanjangan dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk pengalaman personal, sumber informasi, media massa, serta lingkungan sosial. Berdasarkan kondisi tersebut, kebutuhan akan strategi komunikasi yang terstruktur, konsisten dan berkesinambungan menjadi hal yang tidak dapat diabaikan dalam upaya membangun serta

mengelola citra institusi di mata publik. Dalam kerangka ini, peran *public relations* menempati posisi yang krusial dan strategis.

Public relations tidak dapat dipandang semata sebagai aktivitas penyebaran informasi belaka, melainkan merupakan suatu proses manajemen komunikasi yang secara sistematis mempunyai tujuan untuk membangun relasi yang dilandasi oleh rasa saling pengertian, kepercayaan, dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi yang berkaitan dengan kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program komunikasi untuk memperoleh pemahaman serta dukungan dari publik. Dalam konteks pesantren, *public relations* berperan sebagai jembatan komunikasi antara pesantren dengan masyarakat (Cutlip, Center & Broom 2011: 5).

Strategi *public relations* di lingkungan pesantren meliputi berbagai aktivitas komunikasi, seperti publikasi kegiatan pesantren melalui media sosial, website resmi, kerja sama dengan media lokal, penyelenggaraan kegiatan sosial dan keagamaan, *open house*, seminar pendidikan, hingga pembangunan hubungan baik dengan wali santri, alumni, dan masyarakat sekitar. Semua kegiatan tersebut bertujuan untuk membentuk persepsi positif serta citra modern yang ingin ditampilkan oleh pesantren (Bernays 1923: 47).

Pada era digital, pemanfaatan media sosial telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam membantu proses pembentukan citra sebuah lembaga. Berbagai platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube berfungsi sebagai sarana utama untuk menyebarkan informasi seputar aktivitas pesantren, capaian para santri, kelengkapan fasilitas yang tersedia, serta nilai-nilai yang diterapkan dalam pendidikan pesantren. Melalui penyajian konten visual yang menarik dan narasi yang komunikatif, pesantren dapat menampilkan wajahnya yang modern, kreatif, dan inovatif kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda dan calon wali santri yang menjadi segmen sasaran utama.

Namun, membangun citra modern di persepsi masyarakat yang masih mengaitkan pesantren dengan pola kelembagaan yang konvensional bukanlah hal yang sederhana. Diperlukan komitmen yang kuat dan menyeluruh dari seluruh elemen lembaga, mulai dari pimpinan pesantren, tenaga pendidik, staf, hingga para santri itu sendiri. Strategi *public relations* tidak akan berjalan efektif apabila tidak didukung oleh realitas yang sesuai di lapangan. Dengan kata lain, citra yang dibangun harus selaras dengan identitas dan praktik nyata yang dijalankan di dalam lembaga, sehingga terdapat keselarasan antara representasi eksternal dan kondisi internal institusi. Jika terdapat kesenjangan antara citra yang dipublikasikan dengan realitas yang dialami oleh santri dan masyarakat, maka kepercayaan publik justru akan semakin menurun (Ruslan 2014: 38).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi menarik untuk mengkaji bagaimana Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* menyusun dan menjalankan strategi *public relations* dalam membangun citra modern di tengah berkembangnya persepsi masyarakat yang masih memandang pesantren sebagai lembaga yang konvensional dan memiliki pola relasi yang hierarkis. Penelitian ini diperlukan untuk mengetahui bentuk-bentuk strategi komunikasi yang digunakan, media apa saja yang dimanfaatkan, pesan apa yang ingin disampaikan, serta bagaimana respon dan persepsi masyarakat terhadap citra yang dibangun oleh pesantren tersebut (Kriyantono 2012: 77).

Penelitian ini juga memiliki urgensi tersendiri dalam mengungkap bagaimana pesantren mengelola isu sensitif, khususnya yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap pola hubungan yang cenderung hierarkis dalam kultur kelembagaan pesantren yang masih sangat menjunjung nilai-nilai penghormatan terhadap guru dan pimpinan. Pertanyaan mendasar yang muncul adalah apakah pesantren mampu mengahrmonisasikan nilai tradisi dengan prinsip modernitas tanpa memicu konflik, baik secara internal dan eksternal. Perlu pula dikaji bagaimana proses negosiasi nilai antara budaya lama dan budaya baru yang berlangsung di dalam lingkungan pesantren secara nyata. Pertanyaan-pertanyaan inilah yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini (Ardianto 2011: 41).

Dari sudut pandang ilmu komunikasi, penelitian ini memiliki relevansi yang sangat kuat, terutama dalam kajian *public relations*, manajemen citra (*image management*), komunikasi organisasi, serta komunikasi budaya. Pesantren sebagai organisasi pendidikan berbasis nilai agama memiliki karakteristik komunikasi yang unik dan berbeda dari lembaga pendidikan umum (Kotler & Armstrong 2012: 137). Oleh karena itu, kajian mengenai strategi *public relations* di pesantren modern akan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik komunikasi, khususnya di lingkungan lembaga pendidikan Islam (Suryadi 2018: 64).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* dalam Membangun Citra Modern” sebagai fokus penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana lembaga pendidikan Islam modern mengelola citra, merespons isu sosial, serta memanfaatkan strategi komunikasi dalam menghadapi tantangan perubahan zaman (Effendy 2008: 22). Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat tidak hanya dari segi akademis, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pengelola pesantren dalam merancang strategi *public relations* yang lebih efektif, humanis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kontemporer (Alma, 2014: 97). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat bahwa pesantren tidak selalu identik dengan keterbelakangan maupun pola

kelembagaan yang konvensional dan tradisional, melainkan dapat berperan sebagai lembaga pendidikan yang modern, progresif, serta mampu membentuk generasi yang berakhlak mulia dan memiliki wawasan global. (Rakhmat 2007: 55).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *public relations* Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* Jetis Ponorogo dalam membangun citra modern?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi *public relations* yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School* Jetis Ponorogo dalam membangun citra modern.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khasanah keilmuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi *public relations* dan pembentukan citra lembaga pendidikan Islam. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tema serupa mengenai pesantren, humas, dan citra lembaga.

2. Manfaat Praktis

Bagi Pondok Pesantren Muhammadiyah *Boarding School*, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam merumuskan strategi komunikasi dan kehumasan yang lebih efektif. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih terbuka mengenai perkembangan pesantren modern di tengah perubahan sosial dan budaya. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana penerapan teori dan konsep *public relations* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

