

BAB 1

PENDAHULUAN

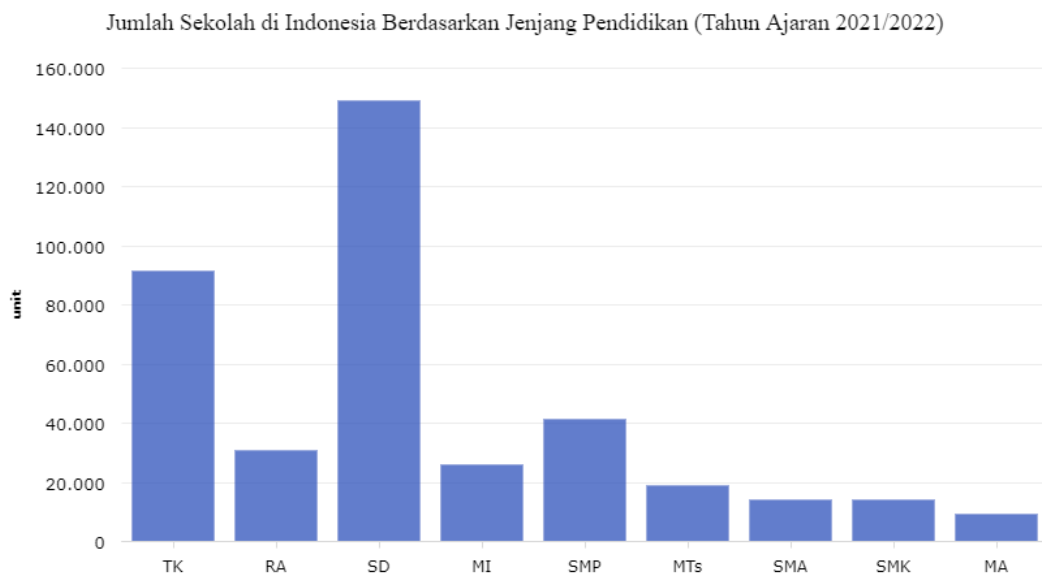
A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu komunikasi membawa perubahan yang besar dalam menyampaikan informasi. Pemberian dan penerimaan informasi menjadi hal yang penting, namun hal tersebut harus diperhatikan dalam menentukan sumber. Artinya, secara tidak langsung masyarakat dituntut untuk menyaring informasi yang diterima. Kehidupan sosial budaya bangsa Indonesia sangat dipengaruhi dan diwarnai oleh nilai-nilai agama, sehingga kehidupan beragama tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bangsa Indonesia.

Sebagai negara yang berdasarkan agama, pendidikan agama tidak dapat diabaikan dalam penyelenggaraan pendidikan nasional. Umat beragama beserta lembaga-lembaga keagamaan di Indonesia merupakan potensi besar dan sebagai modal dasar dalam pembangunan mental spiritual bangsa, seperti agama Islam dengan lembaga pendidikan pondok pesantren. Pesantren secara historis telah mendokumentasikan berbagai peristiwa sejarah bangsa Indonesia. Sejak awal penyebaran agama Islam di Indonesia, pesantren merupakan saksi utama dan sarana penting bagi kegiatan Islamisasi tersebut. Perkembangan dan kemajuan masyarakat Islam Nusantara, tidak mungkin terpisahkan dari peranan yang dimainkan pesantren. Besarnya arti pesantren dalam perjalanan bangsa Indonesia yang harus dipertahankan, hal tersebut dikarenakan pesantren telah dianggap sebagai lembaga pendidikan yang mengakar kuat dari budaya.

Melihat dari kesetaraan pendidikan di Indonesia, terdapat bentuk satuan pendidikan islam dalam setiap jenjangnya. Diantaranya adalah RA (Raudatul Athfal) yang dapat disetarakan dengan pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK), MI (Madrasah Ibtidaiyah) yang dapat disetarakan dengan pendidikan SD (Sekolah Dasar), MTs (Madrasah Tsanawiyah) yang dapat disetarakan dengan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan MA (Madrasah Aliyah) yang dapat disetarakan dengan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Berikut merupakan data jumlah sekolah pendidikan di Indonesia berdasarkan jenjang dan tahun ajaran pendidikan 2021-2022:

GAMBAR 1.1
Jenjang Pendidikan Tahun Ajaran 2021-2022



Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah TK (Taman Kanak-Kanak) mencapai 91.367 unit, RA (Raudatul Athfal) mencapai 30.606 unit yang dikelola di bawah Kementerian Agama, SD (Sekolah Dasar) mencapai 148.863 unit dengan 87,74% merupakan SD Negeri, MI (Madrasah Ibtidaiyah) mencapai 26.129 unit, SMP (Sekolah Menengah Pertama) mencapai 41.343 unit dengan 57,44% merupakan SMP Negeri, MTs (Madrasah Tsanawiyah) mencapai 18.799 unit, SMA (Sekolah Menengah Atas) mencapai 13.995 unit dengan 50,45% dikelola swasta, SMK (Sekolah Menengan Kejuruan) mencapai 14.198 unit dengan 74.20% dikelola swasta, dan MA (Madrasah Aliyah) mencapai 9.448 unit. Perbedaan pendidikan agama Islam dalam jumlahnya masih sedikit pada setiap jenjang yang ditemukan, hal tersebut memungkinkan dapat membuat eksistensi mengenai pondok pesantren menjadi rendah.

Dalam menjaga eksistensi pondok pesantren, salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah *Public Relations*. *Public Relations* tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi dalam membangun hubungan yang baik kepada internal ataupun eksternal perusahaan. Perkembangan teknologi komunikasi tersebut membawa penambahan kajian ilmu pada *Public Relations* dengan istilah *Cyber Public Relations*. *Cyber Public Relation (Cyber PR)* merupakan kegiatan *Public Relations* yang dilakukan menggunakan media internet, mulai dari kegiatan publikasi sampai *customer relations management*. Jadi *Cyber Public Relations* merupakan aplikasi atau penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) bagi keperluan *public relation* (Yudistira, 2019:211).

Meskipun memiliki bidang pendidikan dalam agama, pondok pesantren tidak lepas dari persaingan antara pondok pesantren lainnya. Berikut merupakan data mengenai pondok pesantren yang berada di Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat:

Tabel 1.1
Kompetitor Pondok Pesantren Daar El Manshur Berdasarkan *Cyber Media*

No.	Pondok Pesantren	<i>Cyber Media</i>
1	Daar El Manshur	Situs (<i>Web Site</i>), Facebook, Instagram, dan Youtube
2	Al Nahdlah	Situs (<i>Web Site</i>), Facebook, dan Instagram
3	Nurul Amanah	Instagram
4	Manhajun Nabawi	Facebook

Berdasarkan dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dari pondok pesantren yang berada di Kecamatan Bojongsari, pondok pesantren Daar El Manshur memiliki *Cyber Media* paling banyak diantara pondok pesantren lainnya.

Pondok pesantren Daar El Manshur memiliki jenjang pendidikan yang dimulai dari MTs (Madrasah Tsanawiyah) hingga MA (Madrasah Aliyah) dan termasuk dari pesantren modern (terpadu) dengan kurikulum Tarbiyatul Muallimin Muallimat Aal-Islamiyah mengikuti kurikulum pendidikan pesantren Darunnajah atau Gontor. Meskipun bergerak dalam bidang pendidikan agama Islam, pondok pesantren Daar El Manshur tidak lepas dari persaingan dalam memperoleh konsumen (calon peserta didik).

Cyber Public Relations merupakan suatu proses perencanaan dengan tujuan untuk merangsang pelanggan (calon didik baru) melalui *Cyber Media*. Kegiatan *Cyber Public Relations* dinilai efektif dan efisien dalam melakukannya

dikarenakan tindakan yang dilakukan merupakan bentuk sederhana dan hemat dengan bantuan internet sebagai akses kepada khalayak yang dituju, seperti memberikan pengalaman tentang pondok pesantren Daar El Manshur. Pada dasarnya, kegiatan *Cyber Public Relations* tidak hanya dilakukan oleh pihak pondok pesantren Daar El Manshur, akan tetapi dapat dilakukan juga melalui masyarakat yang pernah melakukan pendidikan di pondok pesantren tersebut tanpa adanya sikap tuntutan atau keterpaksaan dalam melakukannya. Kemudian diharapkan dari *Cyber Public Relations* adalah membentuk ruang opini kepada masyarakat mengenai apa yang sedang dibicarakan mengenai pondok pesantren Daar El Manshur melalui *Cyber* dengan bantuan internet sebagai akses.

Kegiatan *Cyber Public Relations* berkaitan erat dengan Citra dimana disaat masyarakat yang awalnya tidak mengetahui mengenai keberadaan pondok pesantren Daar El Manshur menjadi sadar akan kehadirannya. Citra merupakan merupakan hal penting bagi perusahaan dalam menjaga hubungan baik kepada publik. Membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan, dan menangani atau menghindari rumor, cerita, dan peristiwa yang tidak menguntungkan (Kotler, 2014:253).

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur”.

B. Identifikasi Masalah

1. Unsur-unsur apa saja yang terdapat pada pembentukan Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur?
2. Apa saja faktor-faktor yang menghambat pembentukan Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur?
3. Seberapa besar Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur?
4. Bagaimana pesan *Cyber Public Relations* yang disampaikan oleh Pondok Pesantren Daar El Manshur?

C. Pembatasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini akan dibatasi hanya pada “Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur”.

D. Rumusan Masalah

Adakah dan seberapa besar Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur?

E. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengukur:

1. Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur pada wargaRT. 01 Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari.

2. Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur di mata warga RT. 01 Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari.
3. Pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur pada pada warga RT. 01 Kelurahan Pondok Petir Kecamatan Bojongsari.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini sangat mengharapkan adanya manfaat yang dapat diambil dari penelitian tersebut. Manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang didapatkan dari penelitian ini bagi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang *Cyber Public Relations* dan Citra pada perusahaan. Kemudian bagi pihak lain diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, untuk di jadikan acuan penelitian lanjutan di bidang *Cyber Public Relations* dan Citra pada perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan dalam kegiatan *Cyber Public Relations* dalam membangun hubungan kepada publik (Citra) yang dimiliki Pondok Pesantren Daar El Manshur.