

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren, sebagai lembaga pendidikan yang ada di Indonesia merupakan sistem pendidikan tertua. Pendidikan ini semua merupakan pendidikan agama Islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat Islam di Nusantara pada abad ke-13 (Sulthon & Khusnurdilo, 2003: 1).

Tetapi sangat disayangkan, persaingan pendidikan semakin meningkat di era modern ini, rendahnya minat masyarakat untuk memasukan anaknya di pesantren, mengakibatkan perkembangan pondok pesantren di tanah air menjadi lamban. Hal ini disebabkan karena semakin meningkatnya minat masyarakat untuk memasuki anaknya di sekolah-sekolah umum sehingga mengabaikan pendidikan agama.

Masyarakat menganggap bahwa keterfokusan pondok pesantren hanya berkuat pada permasalahan akhirat meninggalkan permasalahan dunia. Inilah anggapan masyarakat yang kurang tepat terhadap pondok pesantren. Padahal pondok pesantren tidak seperti yang masyarakat bayangkan, bahkan pondok pesantren bisa lebih baik dari apa yang telah dibayangkan. Banyak alumni pondok pesantren mampu tampil dan bersaing di tengah perkembangan zaman, tidak sedikit alumni pondok pesantren mampu meraih prestasi yang sangat membanggakan pada *event* bergengsi di kancah nasional maupun internasional. Stigma miring masyarakat terhadap pesantren tidak akan terjadi jika hubungan pesantren dengan masyarakat berjalan baik dan seharusnya.

Pengelolaan hubungan masyarakat di pesantren yang dianggap kurang maksimal, dan humas dijadikan sebatas formalitas saja, sehingga peran humas tidak berjalan efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Masyarakat

lingkungan pesantren kurang mendapat informasi dari pondok pesantren dan merasa tidak dibutuhkan sumbangsih untuk ikut memajukan pondok pesantren. Selain itu rendahnya pemahaman terhadap masalah humas. Pengelolaan pondok pesantren selalu mengandalkan sumberdaya yang dimiliki di lingkungan internal pesantren tanpa melibatkan masyarakat yang memiliki kemampuan dalam bidang humas. Inilah alasan mendasar yang menjadi salah satu penyebab perkembangan pondok pesantren yang lamban.

Pengelolaan pesantren yang hanya didominasi oleh kiai, tanpa melibatkan komponen lain untuk memberikan pendapatnya demi kemajuan. Pola manajemen seperti itu disebut sebagai pola manajemen tertutup, kebiasaan pengelolaan serba mono dengan kebijakan yang terpusat pada kyai, mengakibatkan mekanisme formal tidak berlaku, sementara keputusan-keputusan kyai bersifat *deterministic* dan keharusan untuk dijalankan (Fata, 2015:109).

Pondok pesantren yang masih bersikap tidak peduli kepada masyarakat mengakibatkan rendahnya partisipasi mereka terhadap kegiatan di lingkungan pesantren. Masyarakat tidak peduli tentang perkembangan dari sebuah pondok pesantren yang ada di tengah-tengah mereka. Mereka hanya mengetahui bahwa pondok pesantren itu mampu menjalankan peran dan fungsinya sendiri tanpa harus bantuan oleh masyarakat. Padahal tidak seperti apa yang mereka bayangkan, pondok pesantren juga perlu partner dalam memajukan lembagainya.

Pada dasarnya di tengah masyarakatlah pondok pesantren tumbuh dan berkembang, dan bahkan lembaga pendidikan islam tersebut tumbuh berkat swadaya masyarakat baik itu berupa dana tenaga dan pikiran. Sesungguhnya tidak bisa terlepas dari peran dan keikut sertaan masyarakat dalam memajukan dan mengembangkan pondok pesantren. Agar hubungan pesantren dengan masyarakat menjadi erat, humas di pondok pesantren harus mampu membaca peluang dan kesempatan ini dengan sebaik mungkin serta memanfaatkannya. Masyarakat perlu diyakini, bahwa ada banyak kepentingan mereka yang terlayani dengan baik, jika masyarakat berpartisipasi dalam kebijaksanaan (Suhardi, 2015:38)

Pengurus Pondok pesantren tidak bisa bersikap apatis terhadap fenomena dunia saat ini dimana teknologi informasi dan komunikasi telah merambah semua lapisan masyarakat. Pesantren perlu memperbaiki dalam manajemen humas untuk memperkenalkan profil, visi – misi, dan kegiatan yang menjadi rutinitasnya secara *continue* dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi seperti web, facebook, instagram, dan media sosial lainnya.

Citra pondok pesantren perlu ditingkatkan dengan melakukan reposisi dalam layanan humasnya. Manajemen humas hendaknya dirancang dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Perencanaan yang baik seharusnya menggambarkan program yang akan dilaksanakan dalam setiap periode untuk menjawab tantangan zaman berupa kondisi masyarakat yang semakin cerdas serta memiliki banyak pilihan akses informasi dan perlu mendapat respons yang baik dengan memberikan layanan yang mudah, cepat, menarik, dan praktis terhadap informasi yang dibutuhkannya.

Pondok pesantren pada umumnya tidak memandang penting manajemen humas sehingga menempatkan humas sebagai pelengkap sehingga perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan hanya sekedar saja.

Pondok pesantren sering mengasumsikan humas sebagai kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas verbal monolog semata seperti pidato atau kegiatan yang terkait dengan surat-menyurat. Humas seharusnya dapat menjalankan peran yang lebih luas baik peran terhadap publik internal (dalam lembaga) maupun peran terhadap publik eksternal (luar lembaga) dalam mensosialisasikan profil, visi – misi, tujuan dan kegiatan yang menjadi rutinitasnya yang perlu dikomunikasikan atau dipublikasikan (Tukijan, 2016:03).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh data bahwa manajemen humas di pondok pesantren Nurul Falah masih belum berfungsi secara baik. Hal itu disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengurus humas yang mempunyai tugas ganda seperti merangkap sebagai ketua rw di daerah

setempat, tidak adanya anggota, kurang maksimal kegiatan promosi serta penggunaan media komunikasi humas.

Permasalahan pondok pesantren saat ini yaitu adanya opini masyarakat yang menyatakan bahwa pondok pesantren hanya mementingkan permasalahan akhirat tanpa memikirkan permasalahan dunia. Seperti yang dikemukakan oleh Djohan Effendi yang mengatakan bahwa pesantren seringkali mendapat stigma miring sebagai *kamufalse* kehidupan, karena selalu mementingkan persoalan akhirat dan meninggalkan persoalan dunia. Kemudian pesantren juga dicerca sebagai pusat kehidupan *fatalis*, karena perannya memproduksi pola kehidupan yang meninggalkan dunia materi (zuhud). Bahkan lebih kasarnya ialah ketika pesantren dinobatkan sebagai pusat radikalisme, yang menyebabkan goyangnya posisi pesantren sebagai kampung peradaban (Djohan Effendi dalam Parhan 2017:2). Hal tersebut berdampak negatif terhadap perkembangan pondok pesantren termasuk salah satunya pondok pesantren Nurul Falah.

Dengan adanya fenomena tersebut pondok pesantren Nurul Falah harus berusaha lebih keras lagi dalam mengembangkan pondok pesantren. Untuk itu peran, fungsi dan tugas hubungan masyarakat sangatlah perlu untuk selalu diperhatikan dalam mengembangkan pondok pesantren, dengan hubungan masyarakat program pesantren dapat berjalan dengan lancar dan dapat diketahui maksud dan tujuannya oleh masyarakat serta mendapat dukungan. Oleh karena itu, pemimpin harus membina hubungan yang baik antara pondok pesantren dengan masyarakat melalui bidang hubungan masyarakat. Pondok pesantren harus memberikan banyak informasi kepada masyarakat tentang program dan masalah yang dihadapi, dan hubungan masyarakat pun dapat menampung berbagai aspirasi-aspirasi atau kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan pondok pesantren, serta masyarakat dapat memahami masalah yang dihadapi oleh pesantren, jika kerja hubungan masyarakat baik bagi pondok pesantren maka akan dapat mengembangkan pondok pesantren.

Berdasarkan fenomena di atas, maka perlu untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan identifikasi masalah yakni bagaimana latar alamiah pondok pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?, Bagaimana manajemen hubungan masyarakat pondok pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?, Apa faktor pendukung dan penghambat hubungan masyarakat pondok pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?, Oleh karena itu, penulis akan merumuskannya dalam judul penelitian **“MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENGEMBANGKAN PONDOK PESANTREN (Penelitian di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana Latar Alamiah Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
3. Apa Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
4. Hasil Yang Dicapai Oleh Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pondok Pesantren di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?

### **C. Tujuan**

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan pondok pesantren, maka secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk Mendeskripsikan Latar Alamiah Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
2. Untuk Mendeskripsikan Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
3. Untuk Mendeskripsikan Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?
4. Untuk Mendeskripsikan Hasil Yang Dicapai Oleh Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pondok Pesantren di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat?

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan pondok pesantren dapat memberikan kontribusi dan manfaat pada:

1. Manfaat Teoretik

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan pendidikan, khususnya Manajemen Pendidikan Islam dalam hubungan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat dimanfaatkan dalam pengembangan manajemen hubungan masyarakat bagi pondok pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat.

- b. Dapat dijadikan sumber informasi bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian sejenis khususnya di Kabupaten Bandung Barat.

## E. Kerangka Pemikiran

Manajemen berasal dari Bahasa latin *manus*, yang berarti tangan, dan *agre*, yang berarti melakukan. Gabungan kedua kata tersebut adalah manager yang berarti mengendalikan. Kata manajemen sendiri diserap dari Bahasa Inggris management. *To manage* artinya mengelola. Pengelolaan dilakukan dengan proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen (Rusdiana dan Qiqi, 2014:4).

Beberapa komponen pokok yang terlibat dalam proses manajemen ditampilkan oleh pimpinan, yaitu: perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pemimpin (*Leading*), dan pengawasan (*Controlling*). Sedangkan fungsi manajemen menurut Usman meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Oleh sebab itu, manajemen diartikan sebagai proses merencanakan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan upaya organisasi dengan segala aspek agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien (Baharun, 2016:245).

Hubungan masyarakat adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait (Abdul Rahmat, 2016: 12).

Humas ialah pusat kegiatan yang meliputi banyak bidang dan upaya di berbagai masyarakat: hubungan antar manusia, hubungan antar kerja, hubungan manusia dengan alat dan media massa, keahlian menggunakan alat komunikasi dan media massa (Sudiro dalam Mulyono, 2011: 168). Seni berembug dan musyawarah, seni mengajak untuk secara sadar mendekati dan menyelesaikan masalah, seni mengajak dengan sadar tertarik dan terpicat untuk membeli, menggunakan, periklanan, publisitas, keahlian menduga dan memperhitungkan situasi dan kondisi sosial, ekonomi, politik, budaya, keahlian, melindungi lingkungan dan pelestarian alam, keahlian membicarakan dan menciptakan pandangan masyarakat serta pendapat umum dan lain sebagainya.

Manajemen Humas ialah salah satu sarana penunjang yang harus ada di suatu lembaga pendidikan, bahkan banyak lembaga pendidikan Islam terbukti saat ini yang dapat berkembang dengan pesat karena pengelolaan manajemen yang sangat baik dan terarah.

Kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan di pondok pesantren bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan semua lapisan masyarakat dan juga meningkatkan peran aktif dari masyarakat. Sementara keberadaan hubungan masyarakat akan menguntungkan kedua belah pihak yakni pondok pesantren dan masyarakat. Dengan adanya kegiatan hubungan masyarakat akan mendorong partisipasi aktif yang positif dari masyarakat, sehingga akan diikuti dengan beberapa bantuan yang datang karena akan menimbulkan respon yang baik dari masyarakat, baik melalui dukungan moral ataupun material dengan melihat dari pengelola pondok pesantren kearah yang lebih maju.

Meningkatkan partisipasi masyarakat tidaklah menjadi pekerjaan yang mudah karena memerlukan upaya perencanaan terpadu dan menyeluruh. Fungsi pendidikan merupakan salah satu tempat pertemuan masyarakat dalam upaya mempertahankan, mempelajari dan meningkatkan sosial budaya masyarakat (Vitri Yuniarti, 2017: 3).

Faktor yang mempengaruhi humas menurut Bonar (Soenarko, 1997:19) ada 4 macam faktor yang mempengaruhi humas yaitu: (1) perkembangan demokrasi dan pers, (2) kemajuan teknik, (3) perkembangan serikat buruh, (4) kekuatan-kekuatan social lainnya yang timbul di masyarakat. Sedangkan menurut Steenbreg (Soenarko, 1997:45) faktor-faktor yang mendorong adalah: (1) pertumbuhan industri yang semakin kompleks, (2) perkembangan teknologi komunikasi dan media masa, (3) pertumbuhan usaha-usaha niaga raksasa, (4) timbulnya persaingan hebat, (5) perluasan pendidikan.

Strategi manajemen yang baik dalam kegiatan hubungan masyarakat sangat diperlukan, seperti yang dikemukakan oleh Abdul Rahmat (2016: 41-43).

Model strategi manajemen untuk hubungan masyarakat, antara lain:

### 1. Tahap *Stakeholders*

Sebuah perusahaan atau organisasi mempunyai hubungan dengan publiknya bilamana perilaku organisasi tersebut mempunyai pengaruh terhadap stekholdernya atau sebaliknya. Hubungan masyarakat harus melakukan survey untuk terus membaca perkembangan lingkungannya, dan membaca perilaku organisasinya serta menganalisis yang akan timbul. Komunikasi yang dilakukan serta kontinu dengan stakeholder ini membantu organisasi untuk stabil.

### 2. Tahap Publik

Publik terbentuk ketika perusahaan atau organisasi menyadari adanya problem tertentu. Pendapat ini berdasarkan hasil penelitian Gruing dan Hunt yang menyimpulkan bahwa publik muncul sebagai akibat adanya permasalahan dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain public selalu eksis bila mana ada problem yang mempunyai potensi akibat (problem tertentu). Oleh karenanya hubungan masyarakat perlu terus menerus mengidentifikasi publiknya yang muncul terhadap berbagai problem. Biasanya dilakukan melalui wawancara mendalam pada suatu *focus group*.

### 3. Tahap Isu

Publik yang muncul sebagai konsekuensi dari adanya problem selalu mengorganisasi dan menciptakan isu. Yang dimaksud dengan isu disini bukanlah isu dalam arti kabar buruk atau kabar tak resmi yang berkonotasi negative (bahasa aslinya rumor), melainkan sesuatu tema yang dipersoalkan. Mulanya pokok persoalan yang demikian luas dan mempunyai banyak pokok, tetapi kemudian akan terjadi kristalisasi sehingga pokok menjadi jelas karena pihak-pihak yang terkait saling melakukan diskusi. Hubungan masyarakat perlu mengantisipasi dan bersifat responsive terhadap isu-isu tersebut. Langkah ini didalam manajemen dikenal sebagai *Issues Management*. Pada tahap ini media memegang peran yang sangat

penting karena media akan mengangkat suatu pokok persoalan kepada masyarakat dan masyarakat akan menanggapi. Media mempunyai peranan yang sangat besar dalam dalam perluasan isu dan bahkan membelokkannya sesuai dengan persepsinya. media dapat melunakkan sikap publik atau sebaliknya, meningkatkan perhatian public, khususnya bagi *hot issue*, yakni yang menyangkut kepentingan public yang lebih luas.

Selanjutnya dilakukan langkah-langkah berikut ini:

1. Hubungan masyarakat mengembangkan tujuan formal seperti komunikasi, akurasi, pemahaman, persetujuan, dan perilaku tertentu terhadap program-program kampanye komunikasinya.
2. Hubungan masyarakat harus mengembangkan program resmi dan kampanye komunikasi yang jelas untuk menjangkau tujuan di atas.
3. Hubungan masyarakat khususnya para pelaksana, memahami permasalahan dan dapat menerapkan kebijakan kampanye komunikasi.
4. Hubungan masyarakat harus melakukan pengawasan terhadap efektivitas pelaksanaan tugasnya untuk memenuhi pencapaian objektif dan mengurangi konflik yang mungkin muncul di kemudian hari.

Pondok pesantren secara etimologis berasal dari dua kata, yaitu pondok yang berasal dari bahasa Arab *funduq* yang artinya asrama atau tempat menginap, dan pesantren dari kata santri yang diberi imbuhan “pe” dan akhiran “an” yang bermakna para penuntut ilmu (Ali dan Daud dalam Zulhimma, 2013: 166).

Secara terminologis pesantren diartikan sebagai lembaga pendidikan tradisional agama Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, mendalami, dengan mengamalkan ajaran agama Islam yang menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman hidup sehari-hari dalam berbuat dan berperilaku (Mastuhu dalam Alwi, 2013: 207).

Menurut Abdurrahman Wahid pesantren adalah sebuah kompleks dengan lokasi yang umumnya serta terpisah dari kehidupan sekitar. Dalam kompleks itu berdiri

beberapa buah bangunan: rumah pengasuh (di daerah Jawa disebut *kyai*, di daerah Sunda *ajengan*, dan di daerah Madura *nun* atau *bendara*, disingkat *ra*); sebuah surau atau masjid; tempat pengajaran diberikan (bahasa Arab madrasah, yang juga terlebih sering mengandung konotasi sekolah); dan asrama tempat tinggal para santri pesantren (Abdurrahman Wahid dalam Zulhimma, 2013: 167).

Sebagai suatu lembaga pendidikan pondok pesantren memiliki tujuan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Zamakhsyari Dhoifer tujuan pondok pesantren dapat dilihat dari 2 segi, yaitu secara umum membimbing santri agar berkepribadian Islami, dan secara khusus mempersiapkan para santri agar menjadi alim dalam agama sebagaimana diajarkan oleh kyai. Adapun unsur-unsur pondok pesantren ialah: kyai, asrama, santri, masjid, dan pengajian kitab-kitab (Zamakhsyari Dhoifer dalam Zulhimma, 2013: 169).

Merujuk teori yang dikemukakan oleh George R Terry: proses manajemen terlibat fungsi-fungsi pokok yang ditampilkan oleh seorang manajer yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Bagaimana sumber daya direncanakan, diorganisasikan, diarahkan dan dikendalikan dalam upaya mencapai tujuan pondok pesantren. Manajemen yang baik merupakan tolok ukur keberhasilan pondok pesantren dalam mengelola lembaganya, apabila bagus maka pondok pesantren tersebut akan cenderung ditiru oleh yang lainnya. Kajian keberhasilan mengenai penerapan konsep manajemen di pondok pesantren perlu diungkapkan agar pengguna hasil penelitian dapat memperoleh manfaat secara optimal.

Dengan demikian jika dalam pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren tersebut banyak didukung oleh faktor penunjang, maka peluang keberhasilan lebih dominan. Sebaliknya, jika dalam pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat di pondok pesantren banyak dipengaruhi oleh faktor penghambat maka peluang kegagalan juga bisa terjadi. Dari manajemen yang dijalankan akan berpengaruh pada hasil yang dicapai.

Lexy Moleong (2011: 8) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alami dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Oleh karena itu, penelitian dengan pendekatan kualitatif ini akan mengkaji berbagai masalah yang dilandasi oleh kajian latar alamiah mengenai keberadaan pondok pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat sebagai setting penelitian.

Agar lebih jelas, kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat melalui skema seperti pada halaman berikut:



**Bagan 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan**  
**Pondok Pesantren**

(Penelitian di Pondok Pesantren Nurul Falah Cililin Kabupaten Bandung Barat)



## F. Kajian Pustaka Yang Relevan

Dalam penulisan ini untuk memperdalam kajian mengenai Manajemen Hubungan Masyarakat di Pondok Pesantren telah dikaji beberapa pustaka yang relevan dengan penulisan ini diantaranya adalah:

1. Skripsi Manajemen Pendidikan Islam, Indana Zulfa 2017 yang berjudul “*Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus)*”. Menjelaskan bahwa perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dilakukan berdasarkan rapat awal bulan pembelajaran yaitu a). partisipasi tenaga/fisik b). berpartisipasi ide/pemikiran c). partisipasi dana MA NU Nurul Ulum mengadakan analisis kebutuhan dan keinginan masyarakat baik internal maupun eksternal. Adapun perbedaan pada skripsi yang peneliti buat lebih kepada Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Pondok Pesantren.
2. Jurnal Vitri Yuniarti, “*Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang 1*”. Menyimpulkan bahwa *Pertama*, perencanaan manajemen humas untuk meningkatkan partisipasi masyarakat di MAN Malang 1, mereka selalu membuat program atau menyusun program secara bersama-sama melalui rapat dengan semua pihak. *Kedua*, pelaksanaan manajemen humas di MAN Malang 1 dilaksanakan sesuai perencanaan dimana tugas humas untuk memberikan pelayanan dan informasi, menyediakan sarana prasarana yang memadai, berpenampilan yang islami, dengan harapan dapat menjalin komunikasi dan memberikan kontribusi, yang bermanfaat bagi sekolah dan masyarakat itu sendiri. *Ketiga*, evaluasi manajemen humas di MAN Malang 1 ialah tahap akhir dari pengelolaan humas, dimana pada tahap evaluasi ini dilakukan dengan standar pelayanan madrasah, evaluasi dilakukan oleh pihak internal dan pihak eksternal madrasah. Perbedaan Antara skripsi yang peneliti buat yaitu menggunakan salah satu teori manajemen yang dikemukakan oleh G.R Terry yaitu POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*).

3. Jurnal Munirwanumar dengan judul “*Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pendidikan*” Jurnal Edukasi, 2016, 2 (1) : ISSN : 2460-4917. E-ISSN : 2460 – 5794. Isi jurnal memiliki keterkaitan dengan judul penelitian penulis, yaitu mengenai Hubungan masyarakat. Hanya saja fokus objeknya berbeda. Di dalam jurnal tersebut yakni fokus pada upaya yang dilakukan sekolah dalam melakukan hubungan dengan masyarakat. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan ialah fokus terhadap manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan pondok pesantren.
4. Jurnal Rudy Hartanto dan Sylvia Rozza dengan judul “*Pengembangan Strategi Pemasaran dan Manajemen Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan peminat layanan Pendidikan*” jurnal ekonomi dan bisnis, volume 11, Nomor 1, Juni 2012. Isi dari jurnal tersebut memiliki keterkaitan dengan judul penelitian penulis, yakni tentang manajemen hubungan masyarakat. Jika penelitian tersebut membahas pengembangan strategi pemasaran dan manajemen hubungan masyarakat untuk peningkatan layanan pendidikan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis terfokus kepada manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan pondok pesantren.
5. Buku Abdul Rahmat (2016). “*Manajemen Humas Sekolah*”. Yogyakarta: Media Akademi. Menyimpulkan bahwa sekolah yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat lingkungannya, sebaliknya masyarakatpun tidak dapat dipisahkan dari sekolah. Dikatakan demikian, karena keduanya memiliki kepentingan, sekolah merupakan lembaga formal yang disertai mandate untuk mendidik, melatih dan membimbing generasi muda bagi perannya di masa depan, sementara masyarakat merupakan pengguna jasa pendidikan.