

ABSTRAK

Nama : Aditiya Suryadi Ningrat
NIM : 44219210021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra
Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Fajar Dunia
Cileungsi Bogor)
Pembimbing : M. Gunawan, SE, M.Ikom

Peran seorang Public relations dalam sebuah lembaga pendidikan sangat penting untuk menginformasikan aktifitas dan perkembangan sekolah kepada masyarakat di sekitar. Maka dari itu humas wajib adanya dalam sebuah pondok pesantren agar bisa melangkah maju lagi untuk memberikan citra positif kepada masyarakat. Humas harus mempunyai usaha yang maksimal demi menunjukkan citra positif pesantren kepada masyarakat untuk menjadi wadah pendidikan terpercaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi apa yang dibuat Public Relation pondok pesantren dalam meningkatkan citra pesantren. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dirancang melalui teknik pengumpulan data berupa obeservasi, wawancara semi struktur dan dokumentasi dari tinjauan internet khususnya pada aktivitas media sosial Fajar Dunia. Pada penelitian ini menggunakan teori yang menggambarkan upaya Public Relation yaitu teori Citra. Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi public relations dalam meningkatkan citra positif Fajar Dunia yaitu dengan menggunakan strategi diantaranya *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy* dimana dengan meningkatkan kualitas dari segi pendidikan, akhlak, dan juga aspeknya. Humas Fajar Dunia memanfaatkan media sosial sebagai sarana yang efektif dan efisien dalam mempromosikan produk atau promo, menyebarkan *awareness*, mengunggah konten menghibur dan berinteraksi dengan target audiensnya karena memiliki berbagai fitur, yaitu Instagram, YouTube, dan Tiktok dengan melakukan pengunggahan kegiatan para santri maupun pengurus pesantren, membagikan dawuh-dawuh kyai, serta prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh pondok pesantren Fajar Dunia terutama oleh para santrinya. Aktivasi sosial media pondok pesantren Fajar Dunia dapat meningkatkan citra positif dan membangun kepercayaan dalam masyarakat. Pengikut sosial media Fajar Dunia menyukai dan merespon positif terhadap konten-konten yang diunggah di media sosial Fajar Dunia. Hal tersebut dijadikan sebagai informasi, motivasi dan menghibur para followers.

Kata Kunci : *Strategi, Public Relations, Citra, Pesantren*

ABSTRACT

Name : Aditiya Suryadi Ningrat
NIM : 44219210021
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra
Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Fajar Dunia
Cileungsi Bogor)
Counsellor : M. Gunawan, SE, M.Ikom

The role of a Public Relations in an educational institution is very important to inform the activities and developments of the school to the surrounding community. Therefore, public relations is mandatory in an Islamic boarding school so that it can move forward again to give a positive image to the community. Public Relations must have maximum effort to show the positive image of Islamic boarding schools to the community to become a trusted educational institution. The purpose of this research is to find out what strategies are made by Public Relations of Islamic boarding schools in improving the image of Islamic boarding schools. This study uses a qualitative descriptive method designed through data collection techniques in the form of observation, semi-structured interviews and documentation from internet reviews, especially on Fajar Dunia's social media activities. This study uses a theory that describes public relations efforts, namely image theory. The results of this study are the public relations strategy in enhancing Fajar Dunia's positive image, namely by using strategies including pull strategy, push strategy, and pass strategy which improve quality in terms of education, morals, and also its aspects. Fajar Dunia's Public Relations utilizes social media as an effective and efficient means of promoting products or promos, spreading awareness, uploading entertaining content and interacting with its target audience because it has various features, namely Instagram, YouTube and Tiktok by uploading the activities of students and pesantren administrators, sharing the teachings of the clerics, as well as the achievements that have been achieved by the Fajar Dunia Islamic boarding school, especially by the students. Social media activation at Fajar Dunia Islamic boarding school can increase a positive image and build trust in society. Fajar Dunia's social media followers like and respond positively to content uploaded on Fajar Dunia's social media. This is used as information, motivation and entertaining followers.

Keywords: Strategy, Public Relations, Image, Islamic Boarding School