

**MANAJEMEN KRISIS *PUBLIC RELATIONS* PONDOK
PESANTREN DALAM MENGEMBALIKAN CITRA**
**(Studi Pada: Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Desa
Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo)**

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Public Relation



Oleh:

M. Noufal Zul Anam

2001026039

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2025

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Haerka KM 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405 Semarang
50185 Website: www.fakdakuin.walisongo.ac.id, email: fakdakuin.uinsw@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (Lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Noufal Zul Azam

NIM : 2001026039

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Public Relations

Judul : MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS PONDOK PESANTREN
AL-QUR'ANIYY AZ-ZAYADIYY DESA SANGGRAHAN
KECAMATAN GROGOL KABUPATEN SUKOHARJO

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Silvis Riskha Fabriar, Sos.I.,
M.S.I

NIP.198802292019032013

PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS DI PONDOK PESANTREN DALAM MENGEMBALIKAN CITRA

(Studi Pada: Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Desa Sanggrahan
Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo)

Oleh:

Muhammad Noufal Zul Anam
NIM. 2001026039

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 April 2025 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I

Dr. H. Asep Dadang Abdullah, M.Ag.
NIP. 197301142006041014

Sekretaris/Penguji II

Silvia Riskha Fabriani, M.S.I.
NIP. 198802292019032013

Penguji III

Dr. Hj. Siti Solikhati, MA.
NIP. 196310171991032001

Penguji IV

Nilnan Ni'mah, M.Si.
NIP. 198002022009012003

Mengetahui,
Pembimbing

Silvia Riskha Fabriani, M.S.I.
NIP. 198802292019032013

Diketahui dan Disetujui Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal ... 20... 05... 2025

Prof. M. Fauzi, M. Ag
NIP. 197305171998031003

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penelitian maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 19 Maret 2025

Penulis,

A red rectangular stamp is placed over the signature. The stamp contains the text "STAMPEL" at the top, "MATERAI" in the middle, and "TEMPEL" at the bottom. Below the stamp, the text "88E39AMX247411960" is visible.

M. Noufal Zul Anam

NIM. 2001026039

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Agung Maha Pengasih atas segala rahmah hidayah-Nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada bimbingan kita, Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di Yaumul Qiyamah dan semoga kita termasuk ke dalam umatnya yang beriman, aamiin.

Dalam penyelesaian skripsi penulis yang berjudul “MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS PONDOK PESANTREN DALAM MENGEMBALIKAN CITRA (Studi Pada: Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Desa Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo)”, penulis telah melalui proses penyelesaian yang cukup panjang, sehingga penulis juga mendapatkan pengalaman dan pelajaran yang dapat dipetik selama proses tersebut, seperti mengajarkan bagaimana pentingnya kita bisa disiplin waktu, memanfaatkan waktu sebaik mungkin, dan harus memiliki tanggung jawab dan niat yang teguh untuk menyelesaikannya. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Tentunya dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan berkontribusi memberikan dukungan dalam segala aspek. Oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih dengan penuh hormat kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Asep Dadang Abdullah, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Abdul Ghoni, M. Ag., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.

5. Segenap dosen, staf, dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta bantuan selama penulis menimba ilmu di UIN Walisongo Semarang.
6. Segenap pengurus Dompot Dhuafa Kota Semarang yang tidak dapat penulis tulis satu persatu, yang telah membantu dan menerima penulis dengan baik dalam proses penelitian dengan memberikan data dan segala informasi yang penulis butuhkan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Segala pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Untuk penulis sendiri, Moh Noufal Zul Anam yang sudah berjuang dari awal hingga akhir dalam perkuliahan ini. Terima kasih sudah bertanggung jawab menyelesaikan perkuliahan dan tidak menyerah meskipun harus diiringi bekerja. Semoga segala proses ini dapat mendewasakan dan menjadikan pribadimu lebih kuat, lebih semangat, dan selalu berprasangka baik kepada segala jalan yang Allah berikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penelitian skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya untuk peneliti sendiri, dan untuk civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang.

Semarang, 19 Maret 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Noufal Zul Anam', enclosed within a decorative, stylized frame that resembles a calligraphic flourish or a signature box.

M. Noufal Zul Anam

NIM. 2001026039

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua yang sangat saya sayangi dan cintai, yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material, serta doa yang tidak ada hentinya untuk keberhasilan saya. Mereka telah mengorbankan banyak hal untuk memastikan saya mendapatkan hal-hal terbaik. Mereka memang tidak menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, tetapi dengan tekad dan doa yang kuat mereka membuktikan keberhasilan hingga mengantarkan pendidikan saya sampai titik ini.

Semua doa, dukungan, dan pengorbanan yang mereka berikan tidak akan pernah saya lupakan. Persembahan ini adalah ungkapan terima kasih atas segala upaya dan kasih sayang yang mereka berikan.

MOTTO

“Success is not final, failure is not fatal: It is the courage to continue that counts.” – Winston Churchill

“Keberhasilan bukanlah akhir, kegagalan bukanlah hal yang fatal: Keberanian untuk terus maju adalah yang terpenting.” – Winston Churchill

ABSTRAK

M. Noufal Zul Anam, 2001026039. “MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS PONDOK PESANTREN DALAM MENGEMBALIKAN CITRA (Studi Pada: Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Desa Sanggrahan Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo)”

Citra pondok pesantren merupakan hal penting bagi keberlanjutan pondok pesantren. Ponpes al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol menagalami krisis yang berdampak pada citra yang dimiliki oleh pondok pesantren. Pihak *public relation* atau Humas dalam kasus ini memiliki peran aktif karena salah satu fungsinya adalah *image maker*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relation* Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol dalam mengembalikan Citra Pondok pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diambil menggunakan wawancara dan observasi pada pihak humas dan juga kegiatan yang berhubungan dengan krisis yang berlangsung. Data dianalisis menggunakan pendekatan manajemen krisis yang dimiliki oleh Kriyantono untuk memetakan tahapan manajemen krisis yang dilakukan oleh pondok pesantren, dan pendekatan teori dari Kasali untuk manajemen intervensi dalam analisa tahapan krisis yang dilakukan oleh pondok pesantren. Hasil penelitian menemukan bahwa kasus di Pondok Pesantren Az-Zayadiyy menunjukkan bahwa identifikasi bullying telah dilakukan melalui observasi, sistem pelaporan santri, keterlibatan wali santri, serta publikasi komunikasi media sosial resmi ponpes, namun masih menghadapi kendala seperti kurangnya deteksi dini, minimnya perlindungan pelapor, dan kurangnya analisis data untuk memahami pola kejadian secara mendalam. Dalam menangani krisis, humas pesantren dan lembaga pesantren menjalani kesepakatan resmi mengambil langkah isolasi dengan memulangkan santri guna mengurangi dampak psikologis dan sosial, sekaligus mengevaluasi sistem manajemen, fasilitas, kurikulum, serta aspek keamanan dan kesehatan. Humas pesantren juga mengadakan pertemuan dengan wali santri untuk membangun komunikasi yang lebih transparan serta melakukan pemetaan internal dan eksternal guna memahami kondisi internal dan ekspektasi masyarakat. Fokus humas atau *public relation* pondok pesantren masih mengarah pada pengembalian citra di mata wali santri dan masyarakat.

Kata kunci: citra pondok pesantren; manajemen krisis; *public relation*

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Studi Pustaka.....	10
F. Metode Penelitian	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	13
2. Definsi Konseptual	14
3. Sumber dan Jenis Data	15
4. Teknik Pengumpulan Data	16
5. Teknik Analisis Data	18
G. Sistematika Penulisan	20
BAB II PUBLIC RELATION DAN MANAJEMEN KRISIS.....	22
A. Public Relation.....	22
1. Pengertian Public Relation	22
2. Prinsip Public Relation dalam Islam	23
3. Ruang Lingkup Public Relation	27
4. Peran Public Relation	29
5. Fungsi Public Relation	30
B. Manajemen Krisis	32
1. Pengertian Manajemen Krisis	32

2. Tahapan Manajemen Krisis	33
3. Intervensi Pengendalian Krisis.....	34
C. Citra Organisasi.....	38
1. Pengertian Citra Organisasi.....	38
2. Faktor-Faktor Citra Organisasi.....	39
BAB III KRISIS DI PONDOK PESANTREN AL-QURANIYY AZ-ZAYADIYY	41
A. Sejarah Pondok Pesantren.....	41
B. Struktur Organisasi Pondok	42
C. Kronologi Krisis.....	44
D. Citra Pondok Pesantren Sebelum dan Sesudah Krisis	46
1. Citra Pondok Pesantren Sebelum Krisis.....	46
2. Citra Pondok Pesantren Sesudah Krisis	50
E. Manajemen Krisis yang Dilakukan Ponpes	54
1. Pra-krisis (<i>pre-crisis</i>).....	54
2. Krisis (<i>acute crisis</i>)	55
3. Pascakrisis (<i>post-crisis</i>).....	59
BAB IV ANALISIS INTERVENSI MANAJEMEN KRISIS PONDOK PESANTREN AL-QURANIYY AZ-ZAYADIYY GROGOL.....	61
A. Tahap Identifikasi.....	61
B. Tahap Isolasi	64
C. Tahap Pemetaan Internal-Eksternal	68
D. Tahap Pemilihan Strategi	71
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen krisis memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam konteks pondok pesantren, untuk menghadapi situasi yang tidak terduga dan dapat mengancam kelangsungan operasional serta reputasi lembaga. Di mata publik, bagaimana sebuah pesantren menangani krisis dapat menunjukkan tingkat kesiapan dan profesionalisme dalam mengelola tantangan (Ahmad, 2020). Krisis yang dapat terjadi di pondok pesantren bisa berupa bencana alam, wabah penyakit, atau masalah sosial yang melibatkan santri, seperti konflik internal atau isu hukum. Jika pondok pesantren memiliki strategi manajemen krisis yang efektif, seperti prosedur komunikasi yang jelas, pengelolaan sumber daya yang tepat, serta respon cepat yang terorganisir, dampak dari krisis tersebut dapat diminimalisir, dan proses pemulihan dapat berjalan lebih cepat tanpa merusak citra pesantren di mata publik. Selain itu, kemampuan pondok pesantren dalam mengelola krisis juga sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Publik cenderung lebih menghargai pesantren yang dapat menunjukkan ketangguhan dan kesiapan dalam menghadapi berbagai permasalahan, karena hal ini mencerminkan komitmen pesantren terhadap keselamatan dan kesejahteraan santri serta kepatuhan terhadap standar operasional yang baik (Sarnoto & Syaidah, 2021). Ketika sebuah pesantren dapat mengatasi krisis dengan transparansi, keterbukaan informasi, dan tindakan yang cepat dan tepat, hal tersebut dapat meningkatkan citra pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya fokus pada pengajaran agama, tetapi juga memiliki sistem manajerial yang tangguh dan dapat diandalkan.

Citra lembaga pendidikan terutama pesantren, yang terbentuk dari persepsi masyarakat memiliki peranan yang sangat penting untuk pesantren itu sendiri. Citra yang terbentuk tersebut mencerminkan nilai, visi, dan misi dari lembaga tersebut. Sebuah pesantren yang memiliki citra positif akan lebih mudah menarik minat calon santri dan orang tua mereka, yang biasanya

mencari institusi yang tidak hanya memberikan pendidikan akademis, tetapi juga pendidikan karakter dan spiritual (Tolib, 2015). Dalam masyarakat yang semakin kritis dan berinformasi, citra yang baik berfungsi sebagai indikator kepercayaan yang kuat, yang dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih pendidikan bagi anak-anak mereka. Pentingnya citra lembaga pendidikan juga terlihat dalam upaya membangun hubungan baik dengan masyarakat. Pesantren yang dikenal luas dan dihargai oleh masyarakat cenderung memiliki lebih banyak peluang untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga swasta, dan organisasi non-pemerintah. Kolaborasi ini dapat berujung pada dukungan dalam berbagai bentuk, baik berupa dana, fasilitas, maupun program-program yang bermanfaat bagi santri dan masyarakat sekitar (Zuhriy, 2011).

Humas Pemprov Jawa Tengah melalui laman resminya pada akhir tahun 2021 menerbitkan berita mengenai himbauan dari Wakil Gubernur Jawa Tengah, Taj Yasin Maimoen, mengenai menjaga citra dan nama baik pondok. Hal tersebut didasari oleh beberapa pondok pesantren yang viral di media sosial karena pelecehan yang dilakukan oleh pengurus ataupun pengasuh pondok pesantren di Bandung saat itu. Hal tersebut juga dilandasi oleh kekhawatiran para ulama mengenai kemungkinan masyarakat yang takut terhadap pondok pesantren. Hal ini juga diperparah dengan adanya enam kasus pemerkosaan santriwati di Semarang pada tahun 2023 kemarin.

Adanya beberapa kasus mengenai buruknya beberapa pondok pesantren mengarah pada pentingnya citra pondok pesantren terhadap pemilihan lembaga pendidikan oleh calon santri dan orang tua (Syakir & Mahmudah, 2023), salah satunya adalah di ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol. Dalam konteks ini, citra yang positif dapat menjadi daya tarik utama, sebab orang tua cenderung memilih pesantren yang dikenal baik dalam hal pendidikan, bimbingan, dan nilai-nilai moral yang diajarkan. Calon santri yang merasa yakin terhadap citra pondok yang baik bisa lebih termotivasi untuk mendaftar dan berkontribusi pada komunitas pesantren tersebut. Lebih jauh lagi, citra pondok pesantren tidak hanya ditentukan oleh kualitas pendidikan, tetapi juga

oleh reputasi yang dibangun melalui testimoni dari alumni, partisipasi dalam kegiatan sosial, serta kehadiran di media sosial (Zuhdi & Umar, 2024). Misalnya, pesantren yang aktif berbagi kegiatan positif, prestasi santri, dan kolaborasi dengan masyarakat akan lebih mudah diingat dan dihargai. Ini semua berkontribusi pada persepsi masyarakat bahwa pesantren tersebut adalah tempat yang baik untuk menuntut ilmu dan membangun karakter.

Pada bulan September 2024 kemarin, Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol mendapatkan citra buruk akibat adanya pemberitaan siswa yang meninggal karena *bullying* selama menjadi santri di pondok pesantren tersebut. Hal itu diperparah dengan adanya pemberitaan mengenai banyaknya kasus *bullying* di pondok pesantren tersebut, seperti dalam pemberitaan berikut:

Detik Jateng memberitakan mengenai kasus *bullying* di pondok pesantren tersebut, di mana hal itu juga dibenarkan oleh orang tua santri yang juga mengungkapkan bahwa beberapa anak mereka disuruh untuk melakukan premanisme atau menjadi korban dari hal tersebut. Adanya pemberitaan tersebut tentunya memperburuk citra pondok pesantren. Ditambah dengan redaksi yang terbit dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Hal semacam itu tentunya menjadi tanggung jawab PR atau Hubungan Masyarakat (Humas) pondok pesantren dan juga pemilik atau pengasuh.

Kasus *bullying* di pondok pesantren, yang melibatkan praktik premanisme dan menjadi perhatian orang tua santri, tentu berdampak negatif terhadap citra lembaga tersebut. Dalam konteks ini, PR atau Hubungan Masyarakat memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi dan hubungan lembaga dengan publik, terutama dengan orang tua, masyarakat sekitar, serta media. Tanggung jawab PR pondok pesantren adalah untuk menjaga reputasi lembaga melalui komunikasi yang transparan, efektif, dan proaktif (Johnston, 2020). Jika masalah seperti *bullying* ini terabaikan atau tidak dikelola dengan baik, hal itu dapat memperburuk persepsi publik dan merusak hubungan antara pesantren dengan *stakeholder*-nya, terutama dalam konteks media yang melaporkan kasus ini dalam beberapa bulan terakhir.

Hal semacam itu mengarah pada manajemen krisis yang dimiliki oleh pihak ponpes. Manajemen krisis, strategi untuk menghadapi situasi yang berpotensi mengancam keberlangsungan suatu organisasi, dengan cara mengidentifikasi, merespons, dan mengelola situasi tersebut (Johnston, 2020). Dalam hal ini, PR pondok pesantren harus memiliki manajemen yang menyeluruh, mulai dari mengidentifikasi masalah yang muncul, mengelola komunikasi krisis dengan media, hingga melakukan upaya pemulihan citra melalui program-program yang menunjukkan komitmen lembaga terhadap perbaikan, seperti edukasi mengenai anti-*bullying*, pelatihan untuk pengasuh dan santri, serta komunikasi yang jelas dengan orang tua. Strategi ini harus melibatkan seluruh elemen pondok pesantren, dari pengasuh hingga staf, untuk menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi santri.

Kampanye konten digital dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan citra pondok pesantren, di sisi lain menurut (Widhara, 2023). Konten yang berkualitas, informatif, dan inspiratif dapat membantu mengubah persepsi dan membangun kembali reputasi lembaga. Pondok pesantren dapat memanfaatkan blog, video, podcast, dan platform konten lainnya untuk menyebarkan cerita-cerita yang menggugah dan mempromosikan nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh-tokoh yang relevan dalam komunitas online dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperbaiki citra pondok pesantren (W. R. Sari, 2018). Dengan melibatkan tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh di media sosial, pondok pesantren dapat meningkatkan visibilitasnya dan mendapatkan rekomendasi yang positif dari para pengikut mereka.

Citra ideal tentang pondok pesantren juga dapat dipengaruhi oleh kurikulum dan metode pengajaran yang diterapkan di lembaga tersebut. Orang tua mungkin membayangkan pondok pesantren yang menawarkan pendidikan agama yang menyeluruh, dengan penekanan pada pemahaman yang mendalam terhadap ajaran agama dan praktik-praktik keagamaan. Di samping itu, mereka juga mungkin mengharapkan pondok pesantren yang mampu menggabungkan pendidikan agama dengan pendidikan sekuler yang berkualitas, sehingga anak-

anak mereka dapat menjadi individu yang berpengetahuan luas dan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam kehidupan (Muharom, 2015).

Pentingnya citra pondok pesantren bagi lembaga itu sendiri tidak dapat diabaikan, karena citra yang kuat dan positif dapat memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek operasional dan perkembangan pondok pesantren. Citra yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan reputasi pondok pesantren di mata masyarakat luas. Sebuah citra yang positif dapat menarik minat calon santri dan orang tua untuk memilih pondok pesantren sebagai tempat pendidikan bagi anak-anak mereka. Hal ini dapat berdampak positif pada jumlah pendaftar dan keseluruhan pertumbuhan pondok pesantren (Nashiruddin, 2019).

Citra yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal, organisasi keagamaan, dan lembaga pemerintah. Dengan memiliki citra yang positif, pondok pesantren dapat lebih mudah mendapatkan dukungan finansial, donasi, dan bantuan lainnya yang diperlukan untuk operasional dan pengembangan lembaga. Citra yang baik dapat memperkuat hubungan antara pondok pesantren, alumni, dan komunitas di sekitarnya. Alumni yang memiliki pengalaman positif selama berada di pondok pesantren cenderung dapat mempromosikan dan mendukung lembaga tersebut dalam berbagai kesempatan, baik melalui jaringan sosial maupun dukungan finansial (Supriyanto et al., 2022).

Citra yang baik juga dapat membantu pondok pesantren dalam menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga dan organisasi lainnya, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Lembaga pendidikan yang memiliki citra yang positif dapat lebih mudah membangun kemitraan dan kolaborasi yang saling menguntungkan dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, penelitian, dan pengembangan komunitas (Zamroni et al., 2022).

Hubungan antara citra pondok pesantren dan manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relations* (PR) sangatlah erat, karena citra yang baik dari pondok pesantren dapat didorong dan dipertahankan melalui berbagai upaya

PR yang efektif. Manajemen krisis dari PR dapat digunakan untuk memperkuat citra positif pondok pesantren di mata masyarakat. Melalui berbagai kegiatan PR, seperti pengelolaan media, acara-acara publik, dan kampanye komunikasi, pondok pesantren dapat menyampaikan pesan-pesan yang mempromosikan nilai-nilai, prestasi, dan kontribusi positif lembaga tersebut bagi masyarakat dan juga bisa meredusir dampak negatif dari persepsi masyarakat. Dengan demikian, PR menjadi alat penting dalam membentuk persepsi yang diinginkan tentang pondok pesantren (Fauzi, 2016). Di sisi lain, Seitel (2017) mengemukakan bahwa salah satu fungsi dari PR adalah *image maker* atau pembuat citra, baik itu dari sebuah organisasi profit (perusahaan) maupun non-profit.

Public Relations adalah proses strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya melalui komunikasi yang efektif. Dalam konteks ini, PR mencakup berbagai kegiatan, seperti pengelolaan informasi, penyampaian pesan, dan penanganan isu, yang bertujuan untuk membentuk citra positif dan meningkatkan reputasi organisasi (Smith, 2020). Smith (2020) juga mengungkapkan bahwa PR tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada komunikasi dua arah yang memungkinkan feedback dari publik, sehingga organisasi dapat memahami persepsi dan kebutuhan audiens. Dalam dunia yang semakin terhubung dan transparan, PR menjadi penting bagi organisasi untuk mengelola komunikasi di berbagai platform, termasuk media sosial, serta untuk menangani krisis yang dapat memengaruhi citra mereka.

Manajemen krisis dari PR juga dapat membantu pondok pesantren dalam menangani isu-isu sensitif atau kontroversial yang dapat mempengaruhi citra mereka. Dengan memiliki tim PR yang terlatih dan responsif, pondok pesantren dapat merespons dengan cepat dan efektif terhadap berbagai tantangan yang mungkin muncul, baik dari dalam maupun luar lembaga. Ini termasuk mengelola krisis, menjawab pertanyaan dari media, dan menyebarkan informasi yang jelas dan akurat kepada masyarakat. Strategi PR juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang kuat dengan berbagai

pemangku kepentingan, termasuk alumni, orang tua siswa, komunitas lokal, dan pihak-pihak terkait lainnya. Melalui berbagai kegiatan komunikasi dan interaksi, seperti acara reunian, kunjungan ke sekolah-sekolah lokal, dan program-program pengabdian masyarakat, pondok pesantren dapat memperkuat keterlibatan dan dukungan dari berbagai pihak, yang semuanya berkontribusi pada pembangunan dan pemeliharaan citra positif lembaga (Muslimin, 2012).

Manajemen krisis yang dilakukan oleh PR dapat digunakan untuk memperluas jangkauan dan citra pondok pesantren di tingkat lokal, nasional, dan internasional. Melalui manajemen krisis yang terarah dan kolaborasi dengan berbagai mitra strategis, pondok pesantren dapat memperbaiki citra yang baik dari pondok pesantren di mata publik dan memperluas jejaringnya di berbagai bidang, termasuk pendidikan, agama, dan pembangunan komunitas (Muslimin, 2012).

Di sisi lain, Ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol berdasarkan hasil wawancara, mengemukakan bahwa manajemen krisis dari *public relation* yang dilakukan pada awalnya adalah memulangkan para santri dan menyerahkan permasalahan yang ada pada pihak kepolisian. Pihak PR juga mengemukakan bahwa pondok pesantren hanya dapat bersikap proaktif dan mendukung proses peradilan tanpa memihak pelaku dan berada di sisi korban. Pondok pesantren juga mengemukakan bahwa adanya kasus tersebut merupakan akibat dari kelalaian pondok pesantren dalam mendidik santri. Hal tersebut dilakukan berdasarkan perimbangan SWOT yang telah dilakukan oleh pihak PR dan pengasuh setelah kasus terjadi. Manajemen krisis yang dilakukan oleh PR masih mengarah pada perbaikan citra pada orang tua dan masyarakat. Pihak PR juga mengemukakan bahwa setelah kasus mereda, salah satu cara untuk mengembalikan nama baik pesantren dengan menggunakan sosial media. Di mana hal tersebut difokuskan pada prestasi dan kegiatan pesantren, namun dengan tetap mematikan kolom komentar terlebih dahulu.

Berdasarkan temuan permasalahan pada pentingnya citra pondok untuk sebuah pesantren dan juga citra pondok di era digital menurun, dapat

mempengaruhi pengaruh citra sebuah pondok pesantren di sebuah wilayah secara menyeluruh. Di sisi lain Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol telah memiliki citra buruk akibat kasus *bullying* yang telah viral di media sosial, ditambah lagi dari pemberitaan yang beredar di mana ponpes tersebut memang kerap terjadi *bullying* dan premanisme.

Pondok pesantren yang mengalami krisis demikian tidak hanya Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol, melainkan ada banyak pondok pesantren lain misalnya pesantren Darul Quran Kampar di Provinsi Riau, atau juga Ponpes di Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk, dan pondok lainnya. Bahkan dari pemberitaan di Tribunnews, di awal 2025, kasus perundungan di Pendidikan di Jawa Tengah, naik 100%, dan mayoritas terjadi di lingkungan Pondok Pesantren. Di sisi lain, kasus paling parah hingga meregang nyawa dalam beberapa bulan terakhir, hanya terjadi di Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol. Di sisi lain, pondok pesantren lain yang memiliki masalah serupa, terutama perundungan (*bully*) yang tersorot media, tidak memberikan izin untuk dilakukan penelitian. Sedangkan Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol, yang merupakan salah satu kasus terparah dalam ranah perundungan, memberikan izin untuk dilakukannya penelitian.

Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol juga memberikan pernyataan bahwa dalam penyelesaian kasus yang ada di ponpes, diurus langsung oleh pihak Humas atau PR dengan keterlibatan langsung pihak yayasan selaku pemilik ponpes. Humas yang mengurus krisis yang ada tidak hanya merupakan Humas dari pihak pondok pesantren, melainkan dari pihak sekolah dan Yayasan. Hal tersebut tentunya berbeda dengan kasus pada umumnya, di mana ketika pondok pesantren tengah mengalami konflik, maka pemilik secara langsung yang turun tangan tanpa melibatkan pihak lain. Berdasarkan hal tersebut, Humas atau PR dalam kasus yang terjadi di Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol ini aktif dan selaras dengan maksud dan tujuan penelitian terhadap fungsi PR sesuai teori yang berlaku. Oleh sebab itu penelitian ini berfokus pada upaya PR dalam memulihkan citra baik pondok tersebut mengingat salah satu fungsi PR adalah *image maker*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relation* Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol dalam mengembalikan citra pondok pesantren?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relation* Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol dalam mengembalikan Citra Pondok pesantren.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik secara praktis maupun secara teoritis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis untuk mengembangkan manajemen krisis PR yang sesuai dengan kebutuhan Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol dalam menghadapi tantangan era digital.
- b. Penelitian ini dapat memberikan pandangan tentang bagaimana teknologi dapat digunakan sebagai alat untuk manajemen krisis, termasuk bagaimana memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform digital lainnya untuk mencapai tujuan komunikasi PR.

2. Manfaat Akademik

- a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang konsep dasar PR dan bagaimana hal itu berkaitan dengan citra institusi, dalam hal ini, Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol yang juga bisa dijadikan bahan referensi atau bahan komparasi pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dengan pondok pesantren atau instansi serupa lainnya.

- b. Dengan fokus pada Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol, penelitian ini dapat berfungsi sebagai studi kasus yang mendalam untuk akademisi yang tertarik pada dinamika PR di lembaga pendidikan agama. Studi kasus ini dapat menambah literatur yang ada tentang PR dalam konteks lembaga pendidikan Islam.

E. Studi Pustaka

Studi pustaka, juga dikenal sebagai tinjauan pustaka atau review pustaka, adalah proses penelitian yang melibatkan pengumpulan, pemilihan, evaluasi, dan sintesis literatur yang relevan dengan topik atau masalah penelitian tertentu. Ini adalah langkah penting dalam proses penelitian karena memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kerangka konseptual, teori-teori terkait, penelitian sebelumnya, temuan, dan pendekatan metodologis yang relevan untuk topik yang diteliti. Berikut adalah hasil studi pustaka mengenai penelitian terkait dan relevan dengan tema penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Syakir dan Mahmudah (2023) menerbitkan artikel dengan judul “Strategi *Public Relation* dalam Mengembangkan Citra dan Persepsi Masyarakat Terhadap Pondok Pesantren *Islamic Centre Bin Baz* (ICBB) Yogyakarta” yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, menemukan bahwa Ponpes ICBB telah memberikan gambaran tentang metode yang praktis dan berhasil untuk menumbuhkan kesan dan pemahaman yang baik dari masyarakat. Hal ini dapat dicapai dengan mengatur, mengelola, melaksanakan, dan mengawasi manajemen hubungan masyarakat secara metodis. Dengan menerapkan taktik-taktik ini, Ponpes ICBB telah mampu membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat, meningkatkan kesadaran terhadap tujuan dan kegiatan sehari-hari pesantren, dan bereaksi cepat terhadap tuntutan masyarakat.

Perbedaan penelitian ini mengarah pada tidak adanya objek sosial media dalam penelitian. *Public relation* yang digunakan di sini hanya mengarah pada masyarakat sekitar, di sisi lain pembentukan citra yang dimaksud di sini meskipun mengarah pada ranah luas yakni secara global, namun penjabaran lebih mengarah pada strategi *public relation* pada masyarakat sekitar saja dan

tidak lepas dari pendapat penduduk setempat mengenai pondok tersebut. Di sisi lain, penelitian ini menambahkan variabel atau sub-bahasan mengenai persepsi masyarakat yang mana hal tersebut tidak digunakan dalam penelitian yang dilakukan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ghozian El-Shidqi (2022) dalam skripsinya pada tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh *Cyber Public Relations* Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur” dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional dan asosiatif, memiliki hasil bahwa responden secara umum memberikan jawaban yang baik (setuju), dan nilai R penelitian sebesar 0,772 menunjukkan bahwa warga RT. 01 Desa Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, memiliki kesan terhadap Pondok Pesantren Daar El Manshur berkat adanya *cyber public relations*, yang juga menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0,595. Hal ini menunjukkan bahwa 59,5% pengaruh terhadap citra berasal dari *Cyber Public Relations*, dengan elemen lain di luar cakupan penelitian ini menyumbang 40,5% pengaruh.

Perbedaan utama penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan, di mana El-Shidqi di sini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Di sisi lain, *cyber public relation* yang tentunya juga memiliki strategi *public relation* memiliki kesamaan dengan strategi yang diarahkan pada dunia digital dan tidak hanya berfokus pada *public relation* pada masyarakat sekitar pondok semata, hal tersebut menjadi kesamaan utama dengan penelitian yang dilakukan. Perbedaan utama pada penelitian ini tentunya mengarah pada objek penelitian yang dilakukan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Yaqin dan Fahlifi (2023) dan terbitkan melalui artikel dengan judul “Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Qodiri Dalam Mempertahankan Citra Pesantren” dengan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian lapangan, menemukan berbagai strategi yang membantu menjaga reputasi pesantren. Strategi-strategi ini termasuk bekerja sama dengan PT. Seaven Dream Group, menyelenggarakan acara seperti dzikir manaqib, memasang spanduk, memanfaatkan alumni

sebagai narasumber, menambah fasilitas belajar, memungkinkan siswa untuk berkompetisi di tingkat nasional dan internasional, dan mengunggah prestasi dari pesantren.

Perbedaan penelitian ini terletak pada cara strategi *public relation* yang disoroti tidak mengarah pada sosial media atau ranah digital lainnya. Di sisi lain, objek penelitian yang merupakan pondok yang terhitung tua juga menjadi perbedaan lain dalam penelitian ini, di mana pondok pesantren yang dijadikan objek penelitian selanjutnya cenderung mengarah pada pondok pesantren yang tergolong baru. Tujuan yang mengarah pada mempertahankan citra pesantren juga menjadi perbedaan utama, di mana pertanyaan yang digunakan untuk wawancara pastinya berbeda dan tidak selalu mengarah pada perbaikan atau memperbaiki sekaligus meningkatkan citra pondok pesantren.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2022) pada skripsinya dengan judul “Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende” dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan, di mana datanya diperoleh melalui wawancara dan observasi lapangan, menemukan bahwa mengembangkan program yang sesuai dengan lingkup kerja, termasuk pemangku kepentingan, dan mengembangkan konten sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pendidik merupakan bagian dari proses perencanaan hubungan masyarakat. Pelaksanaan inisiatif hubungan masyarakat melibatkan komponen internal (menawarkan program-program terbaik dan instruktur yang terampil) dan eksternal (kolaborasi dan penggalangan dana). Kendala dalam hubungan masyarakat termasuk kurangnya instruktur terlatih, sarana dan prasarana yang tidak memadai, dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap strategi program. Perbedaan penelitian ini mengarah pada objek bahasan, di mana pembahasan penelitian ini hanya mengarah pada bagaimana pesantren mengendalikan citra baik mereka namun tidak mengarah pada pengelolaan publik yang mengarah pada dunia digital. Citra publik dalam dunia digital tidak disinggung sama sekali, hal ini hanya mengarah pada hal-hal administratif semata yang termasuk dalam prosedural penawaran pondok dan tidak jauh berbeda dengan pendirian

sebuah *flyer* dan brosur terhadap orang tua dan tidak sama sekali ditempatkan di media digital.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Nuraenun (2024) dalam artikelnya dengan judul “Manajemen Krisis *Public Relation* dalam Menanggapi Kekerasan Sosial dan Meningkatkan Harmoni dengan Masyarakat: Studi Kasus pada Pondok Pesantren As-Sunah Lombok” yang juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan juga, menemukan bahwa manajemen humas Pondok Pesantren Assunah Lombok yang memiliki permasalahan yang sama, yakni kasus *bullying* yang ada di pondok, meskipun tidak sampai mengarah pada penghilangan nyawa. Pada artikel ini juga ditulis mengenai peran pondok pesantren yang mengundang banyak praktisi untuk melakukan sosialisasi pada santri. Di sisi lain, pihak humas juga melakukan publikasi untuk menghilangkan atau setidaknya mengembalikan citra pondok di mata masyarakat.

Perbedaan penelitian ini juga mengarah pada minimnya strategi dari humas atau *public relation* dalam meningkatkan citra publik pondok pesantrennya yang mengarah pada adanya sosialisasi pasca adanya kasus yang memperburuk citra ponpes dengan mengundang banyak praktisi. Di sisi lain, perbedaan juga mengarah pada penggunaan media, di mana ponpes As-Sunah Lombok secara langsung menggunakan media pemberitaan seperti *tribunnews* untuk setiap kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Persamaan yang dimiliki adalah penggunaan media digital dalam memperbaiki citra yang dimiliki oleh pondok pesantren.

F. Metode Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan metodologi yang dipakai dalam menganalisis topik yang ada sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya. Adapun metodologi tersebut adalah seperti berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif analitis yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, serta menginterpretasikan informasi yang terdapat di variabel yang diteliti

(Manzilati, 2017). Penelitian kualitatif ini memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif narasumber.

Pendekatan penelitian kualitatif yang dipakai peneliti adalah pendekatan lapangan. Penelitian lapangan biasanya melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, kuesioner, eksperimen, atau pengamatan partisipatif. Tujuan utama dari penelitian lapangan adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan akurat tentang fenomena yang diteliti, serta untuk menguji hipotesis atau teori yang telah diajukan (Creswell & Poth, 2016).

Penelitian lapangan digunakan dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat dan kontekstual mengenai persepsi masyarakat serta pengalaman langsung santri dan pengasuh. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi tentang bagaimana pondok tersebut dipandang oleh komunitas sekitar dan bagaimana strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh pengelola pesantren. Interaksi langsung dengan responden, baik melalui wawancara, observasi, maupun survei, memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi citra pondok, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan aplikatif.

2. Definsi Konseptual

Definisi Konseptual adalah suatu upaya yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk memperjelas aspek-aspek penelitian yang relevan dengan menjelaskan batasan penelitian untuk mencegah kesalahpahaman pemaknaan. Definisi konseptual dalam penelitian ini mencakup manajemen krisis, intervensi pengendalian krisis dan citra pondok pesantren atau citra organisasi. Dimana manajemen krisis sebagai proses strategis yang melibatkan perencanaan, pengambilan keputusan, dan komunikasi untuk meminimalkan kerugian organisasi selama terjadi krisis. Intervensi Pengendalian Krisis dalam penelitian ini digunakan untuk analisis, mengingat pondok pesantren melakukan isolasi dengan memulangkan para

santri. Dan ada citra pondok pesantren dalam penelitian ini mengarah sikap dan persepsi yang terkait dengan organisasi dari masyarakat dan terutama pemangku kepentingan (yang mana dalam penelitian ini adalah orang tua wali). Dalam penelitian merupakan cara yang digunakan oleh *public relation* dalam menyusun serta menjalankan program-program kegiatan guna mencapai tujuan yaitu penyelesaian tahapan manajemen krisis, pengendalian krisis dan mempertahankan citra positif pada lembaga atau perusahaan.

Peneliti melakukan penelitian terkait manajemen krisis yang digunakan oleh humas pondok pesantren Al-quraniyy Az-zayadiyy grogol dalam penyelesaian maupun tahapan manajemen krisis, pengendalian krisis dan mempertahankan citra pondok pesantren atau organisasi dengan mengacu pada konsep teori yang dikemukakan oleh Kriyantono (tahapan manajemen krisis), Kasali (intervensi pengendalian krisis), Collinson dan Morgan (citra organisasi) adalah upaya yang dilakukan oleh humas dalam penyelesaian tahapan manajemen krisis, pengendalian krisis dan mempertahankan citra positif pada lembaga atau perusahaan, meliputi :

Pracrisis, krisis, pascakrisis, identifikasi, isolasi, pemetaan internal-eksternal, pilihan strategi, komunikasi pondok pesantren, kinerja pendidikan dan dakwah, interaksi dengan pemangku kepentingan, kontribusi terhadap masyarakat, reputasi dan sejarah pondok pesantren dan yang terakhir identitas budaya pondok pesantren.

3. Sumber dan Jenis Data

Data merupakan atribut yang melekat pada suatu objek tertentu, berfungsi sebagai informasi yang dapat di pertanggung jawabkan, dan diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data (Gunawan, 2015). Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdapat data utama berupa data primer dan data pendukung berupa data sekunder.

a. Data Primer

Data primer dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data langsung seperti wawancara mendalam, observasi, dan diskusi kelompok terfokus, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan mendalam dan nuansa dari pengalaman, pendapat, dan perspektif subjek (Nugrahani & Hum, 2014). Data primer dalam penelitian ini diambil melalui informan penelitian. Informan menjadi data primer dalam penelitian ini adalah bagian Humas (Hubungan Masyarakat) atau santri yang memegang akun media sosial dari pondok.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian kualitatif adalah informasi yang telah dikumpulkan dan diproses oleh pihak lain sebelum digunakan oleh peneliti untuk tujuan analisis dan interpretasi lebih lanjut. Data ini sering kali diperoleh dari sumber-sumber yang telah dipublikasikan atau terdokumentasi, seperti laporan penelitian sebelumnya, buku, artikel jurnal, dokumen kebijakan, dan statistik resmi (Yusuf, 2018). Meskipun tidak dikumpulkan langsung dari sumber primer, data sekunder memberikan konteks penting dan latar belakang yang diperlukan untuk memahami fenomena yang sedang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen baik *press release* dari pondok pesantren mengenai kasus atau kegiatan lain yang berhubungan dengan krisis yang berlangsung.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat sehingga dapat dipertanggung jawabkan sebagai hasil penelitian sosial yang alamiah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data melalui pengamatan dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau

informasi yang sesuai dengan konteks penelitian (Wahidmurni, 2017). Pada tahap ini peneliti dapat menggali data informasi sebanyak mungkin, dan melakukan observasi dengan menyempitkan data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu peran strategi komunikasi dari pihak *public relation* dalam peningkatan citra pondok.

Dalam penelitian ini objek observasi utamanya adalah kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* atau bagian Humas dari pondok pesantren dan strategi yang mereka terapkan. Observasi ini melibatkan pemantauan langsung terhadap aktivitas PR atau Humas, termasuk cara mereka menggunakan media sosial, situs web, dan platform digital lainnya untuk membangun dan memelihara citra pondok pesantren. Peneliti mencatat bagaimana pesan disampaikan, seberapa efektif interaksi dengan audiens digital, serta bagaimana *feedback* dari publik diolah dan digunakan untuk strategi komunikasi lebih lanjut.

Hasil observasi dalam penelitian ini berupa temuan rutinitas *upload* di sosial media mengenai pondok pesantren, serta tema-tema konten yang diunggah di sosial media. Temuan observasi ini bisa menjadi data utama penelitian atau juga sebagai perbandingan antara ungkapan wawancara dan juga realitas lapangan.

b. Wawancara

Wawancara dapat dilakukan bila peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain (Sugiyono, 2017). Wawancara merupakan suatu cara untuk memperoleh dan mengumpulkan data melalui tanya jawab dan diskusi dengan informan di tempat penelitian.

Dalam penelitian ini objek wawancara meliputi beberapa informan kunci seperti kepala tim Humas pondok pesantren. Wawancara dilakukan dengan cara semi-terstruktur, di mana peneliti mengajukan pertanyaan

terbuka yang memungkinkan informan untuk menjelaskan pengalaman, perspektif, dan strategi yang diterapkan. Peneliti berfokus pada bagaimana tim PR menyusun dan melaksanakan strategi mereka, serta bagaimana mereka mengevaluasi dampaknya terhadap citra pondok pesantren. Selain itu, wawancara dengan pengasuh juga harus menggali pandangan mereka mengenai efektivitas strategi PR dan dampaknya terhadap persepsi publik. Proses wawancara ini dilakukan di lokasi yang nyaman bagi informan, dengan perekaman audio atau video (dengan izin) untuk memastikan akurasi data, serta pencatatan manual untuk menyoroti poin-poin penting dan diskusi mendalam.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap interpretasi data dan didapatkan saat melakukan penelitian di lapangan. Selain itu, analisis data adalah cara untuk memberikan gambaran dalam bentuk deskripsi, tabulasi, atau narasi pada data yang didapatkan. Penjelasan dari analisis data tersebut diarahkan untuk menjadi kesimpulan penelitian. Tanpa menggunakan alat analisis, analisis data tidak bisa dilakukan begitu saja. Sehingga, alat analisis data adalah sebagai penentu untuk bagaimana menjelaskan, menganalisis, atau menyimpulkan data yang didapatkan, sampai data tersebut dapat dimengerti sebagai temuan (Moleong, 2017).

Data yang telah dikumpulkan oleh penulis mengenai strategi komunikasi dari *public relation* di Pondok Pesantren Darul ‘ilmi Mijen di analisis menggunakan metode kualitatif yang merupakan jenis data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang sifatnya bukan angka. Data dikelompokkan agar lebih mudah dalam menyaring mana yang dibutuhkan atau tidak. Setelah dikelompokkan, penulis menyusun dalam bentuk teks agar lebih mudah dipahami, setelah itu penulis menarik kesimpulan data tersebut sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Untuk menganalisa berbagai fenomena yang ada di lapangan, maka peneliti menggunakan metode analisis sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar catatan di lapangan. Langkah ini bertujuan untuk memilih informasi yang sesuai dan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi lapangan, sehingga Dalam hal ini penulis memindah hasil wawancara dan memisahkan dari data yang tidak dibutuhkan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana implementasi strategi PR yang dilakukan dalam menaikkan citra pondok pesantren.

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan semua data yang ada, baik itu dari hasil wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Data-data yang tidak diperlukan dalam penelitian bisa dibuang atau juga dengan data yang hiperbola juga harus direduksi sesuai kebutuhan utama penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan langkah kedua setelah mereduksi data, sekumpulan data yang diorganisir sehingga dapat memberi deskripsi menuju proses penarikan kesimpulan. Penyajian data harus mempunyai relevansi yang kuat dengan perumusan masalah secara keseluruhan dan disajikan secara sistematis (Sugiyono, 2019). Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tujuan penelitian yang diharapkan. *Display* data yang baik merupakan Langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal. Sehingga pada tahapan ini peneliti memamparkan kembali wujud data untuk mengkonfirmasi data yang sudah didapatkan.

Penyajian data dalam penelitian ini diawali dengan penyusunan data yang telah direduksi sebelumnya. Data-data tersebut kemudian dipilih kembali sesuai dengan kategori data dan kebutuhan penelitian. Data kemudian disajikan sesuai dengan kaidah penulisan atau juga pedoman

penulisan yang ada dan juga sesuai dengan sub-tema pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang ada teruji validasinya (Sugiyono, 2019). Hasil dari data tersebut maka peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan memverifikasi data dan informasi yang diperoleh di lapangan.

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan setelah penyajian data dan proses pembahasan. Di mana peneliti membuat beberapa paragraf mengenai keseluruhan hasil pembahasan dari setiap sub-tema yang ada dalam penelitian ini diakhir penulisan penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini mengarah pada bagaimana susunan penulisan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan, pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai latar belakang penelitian yang berisikan masalah dan urgensi penelitian. Dalam bab ini juga berisikan mengenai rumusan dan tujuan penelitian, serta studi pustaka dari penelitian terdahulu.
- BAB II : Kajian Teori, pada bab ini berisikan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian seperti teori mengenai public relation, sosial media, serta citra organisasi.
- BAB III : Gambaran Objek Penelitian, dalam bab ini dijelaskan mengenai sejarah dan struktur organisasi yang ada di lokasi penelitian
- BAB IV : Hasil dan Pembahasan, dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai temuan data penelitian dan juga analisis lapangan. Peneliti juga menjelaskan analisis teori yang telah ditentukan. Bab ini juga menjelaskan mengenai sejarah pondok pesantren, struktur organisasi, serta jadwal dan agenda pondok pesantren.

BAB V : Penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran bagi beberapa pihak seperti peneliti selanjutnya dan juga bagi pondok pesantren.

BAB II

PUBLIC RELATION DAN MANAJEMEN KRISIS

A. Public Relation

1. Pengertian Public Relation

Public relations (PR) adalah fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk memelihara dan meningkatkan hubungan antara suatu organisasi dengan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terlibat dalam kegiatan dan operasinya. Ini mencakup komunikasi strategis untuk membangun citra positif organisasi, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan mempromosikan pemahaman yang baik tentang nilai-nilai dan tujuan organisasi (Smith, 2020).

Salah satu aspek utama dari *public relations* adalah manajemen reputasi. Hal ini melibatkan pengawasan terhadap persepsi publik terhadap organisasi dan respons terhadap situasi yang dapat memengaruhi citra organisasi. PR juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara organisasi dan masyarakat, baik melalui media tradisional maupun platform digital, dengan tujuan untuk memperkuat dukungan, memperluas jangkauan, dan mengatasi masalah atau krisis yang mungkin timbul (Christmas et al., 2020).

Public relations juga berperan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan media massa. Ini melibatkan penyiapan materi pers, mengelola wawancara, dan memfasilitasi liputan media yang positif tentang organisasi. Hubungan yang baik dengan media membantu organisasi untuk mendapatkan liputan yang lebih baik, mengoptimalkan eksposur positif, dan mengontrol narasi yang berkembang tentang mereka (Grunig & Grunig, 2013). PR juga berperan penting dalam memelihara hubungan internal dalam organisasi. Ini melibatkan komunikasi efektif dengan karyawan, manajemen konflik, dan memastikan bahwa semua anggota organisasi memahami dan mendukung visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Dengan membangun keselarasan internal, PR membantu menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, yang pada gilirannya dapat menciptakan

kepuasan karyawan dan kinerja organisasi yang lebih baik secara keseluruhan.

2. Prinsip Public Relation dalam Islam

Prinsip *Public Relations* dalam Islam dapat dipahami melalui nilai-nilai etika dan komunikasi yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Salah satu nilai utama yang mendasari PR dalam Islam adalah kejujuran atau *shidq*, yang menekankan pentingnya menyampaikan informasi dengan jujur dan akurat tanpa menambah atau mengurangi fakta (Taha, 2017). Islam juga mengajarkan pentingnya integritas dalam berkomunikasi, yang berarti bahwa setiap pesan yang disampaikan harus sesuai dengan nilai-nilai kebenaran dan keadilan. Dalam konteks PR, ini berarti berkomunikasi dengan transparansi, tidak menyesatkan publik, dan menjaga kredibilitas baik individu maupun organisasi. Selain itu, PR dalam Islam juga sangat mengutamakan nilai-nilai moral dan etika sosial, seperti amanah (tanggung jawab) dan sabar dalam menghadapi berbagai reaksi masyarakat (Haque & Ahmad, 2016). Prinsip ini menekankan pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan berbagai pihak, tidak hanya untuk keuntungan pribadi atau organisasi, tetapi juga untuk kemaslahatan umat. Berikut adalah beberapa ayat mengenai *public relation*:

1. Q.S. An-Nahl: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

Ayat ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang bijaksana, komunikasi yang persuasif, dan sikap santun, yang sangat relevan dalam

membangun hubungan baik (PR) dan menjaga citra positif. Terdapat relevansi lain pada ayat ini dengan *public relation*, yakni:

a. *Bil Hikmah* (Dengan Kebijakan)

- 1) Dalam konteks Public Relations (PR), kebijakan dalam menyampaikan pesan sangat penting. Seorang PR harus mampu memahami kondisi audiens, memilih kata-kata yang tepat, dan menyampaikan informasi dengan strategi yang bijak agar pesan diterima dengan baik.
- 2) Ini relevan dengan prinsip komunikasi strategis dalam PR, di mana seorang PR harus memiliki pemahaman mendalam tentang audiens dan menyusun pesan yang dapat mempengaruhi opini publik secara positif.

b. *Mau'izhah Hasanah* (Dengan Nasihat yang Baik)

- 1) PR memiliki tugas untuk membangun hubungan baik dengan publik melalui komunikasi yang persuasif dan inspiratif. Pesan yang disampaikan harus memberikan nilai positif, membangun reputasi, serta membentuk citra baik organisasi.
- 2) Hal ini sejalan dengan prinsip etika dalam PR, yaitu bagaimana komunikasi harus dilakukan secara positif, membangun kepercayaan, dan memberikan manfaat kepada publik.

c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan* (Beradu Argumen dengan Cara yang Baik)

- 1) Dalam PR, terkadang organisasi atau individu menghadapi kritik atau perbedaan pendapat. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam menghadapi kritik, seorang PR harus tetap tenang, menggunakan pendekatan persuasif, dan tetap menjaga etika komunikasi.
- 2) Ini mencerminkan prinsip diplomasi dalam PR, di mana dalam menghadapi krisis atau perbedaan pandangan, seorang PR harus merespons dengan santun dan tetap menjaga reputasi organisasi.

2. Q.S. Al-Hujurat: 12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا
وَلَا يَغْتَبِ بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang”.

Ayat ini mengajarkan tentang pentingnya menjaga nama baik orang lain dan tidak melakukan tindakan yang dapat merusak citra, baik secara individu maupun kolektif. Terdapat relevansi lain yang juga ada dalam ayat ini dengan *public relation*, yakni sebagai berikut:

- a. Menghindari Prasangka Buruk (Husnuzan dalam Komunikasi Publik)
 - 1) Dalam PR, membangun kepercayaan adalah kunci utama. Menghindari asumsi negatif tanpa bukti adalah bagian dari prinsip profesionalisme dalam PR.
 - 2) Seorang PR harus memastikan bahwa semua komunikasi didasarkan pada fakta, bukan asumsi atau spekulasi. Ini selaras dengan prinsip transparansi dalam PR, di mana informasi harus berdasarkan data yang valid dan bukan berdasarkan prasangka atau spekulasi yang dapat merusak reputasi organisasi.
- b. Tidak Mencari-cari Kesalahan Orang Lain (Etika dalam Manajemen Krisis)
 - 1) PR yang baik harus mampu mengelola isu atau krisis dengan cara yang profesional, bukan dengan mencari-cari kesalahan pihak lain untuk dijadikan kambing hitam.

- 2) Ini berkaitan dengan prinsip tanggung jawab dalam PR, di mana PR bertanggung jawab untuk menyampaikan kebenaran dan tidak menyebarkan informasi yang bersifat menjatuhkan pihak lain.
 - c. Menghindari Ghibah (Menjaga Reputasi dan Citra Publik)
 - 1) PR bertugas untuk menjaga citra dan reputasi organisasi dengan komunikasi yang etis. Menyebarkan informasi negatif tentang orang lain atau organisasi lain tanpa alasan yang jelas bisa berdampak buruk pada citra institusi itu sendiri.
 - 2) Ini sesuai dengan prinsip integritas dalam PR, di mana seorang PR harus menjaga nama baik klien atau institusinya dengan cara yang jujur dan profesional, tanpa menjatuhkan pihak lain secara tidak etis.
3. Q.S. Al-Isra': 53

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ
 لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾

Artinya:

“Katakan kepada hamba-hamba-Ku supaya mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (dan benar). Sesungguhnya setan itu selalu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia”.

Ayat ini relevan untuk prinsip komunikasi positif dan konstruktif, salah satu elemen penting dalam menjaga reputasi dan citra. Relevansi lain ayat ini dengan *public relation* adalah sebagai berikut:

- a. Berbicara dengan Perkataan yang Baik dan Positif
 - 1) Dalam PR, komunikasi yang baik sangat penting untuk membangun citra positif suatu organisasi.
 - 2) Seorang PR harus memastikan bahwa semua pesan yang disampaikan bersifat positif, membangun, dan tidak menyinggung pihak lain.

- 3) Ini selaras dengan prinsip komunikasi etis dalam PR, yang menekankan penggunaan bahasa yang tidak provokatif, serta menghindari ujaran kebencian atau fitnah.
- b. Mencegah Konflik dan Perselisihan
- 1) PR sering kali berperan dalam manajemen krisis dan mengatasi konflik antara organisasi dan publik.
 - 2) Ayat ini mengajarkan bahwa perkataan yang buruk dapat memicu perselisihan, sehingga seorang PR harus selalu mengedepankan komunikasi yang damai, solutif, dan menenangkan dalam situasi krisis.
 - 3) Ini mencerminkan prinsip resolusi konflik dalam PR, di mana seorang PR harus mampu meredam isu negatif dan menjaga hubungan baik dengan publik.
- c. Mewaspada Pengaruh Negatif yang Memecah Belah
- 1) Dalam dunia PR, hoaks, fitnah, dan informasi palsu bisa merusak reputasi organisasi.
 - 2) Ayat ini mengingatkan bahwa setan selalu berusaha menimbulkan perpecahan, sehingga PR harus memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan kepada publik benar dan berdasarkan fakta.
 - 3) Ini sesuai dengan prinsip transparansi dalam PR, di mana PR bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan publik.

3. Ruang Lingkup Public Relation

Ruang lingkup pekerjaan *public relation* menurut Bernays dapat dibagi menjadi enam bagian, yakni publisitas, pemasaran, *public affair*, manajemen isu, *lobbying*, hubungan investor. Bernays (2013) dalam bukunya menjelaskan sebagai berikut mengenai penjelasan yang lebih lanjut:

a. Publisitas (*Publicity*)

Ini melibatkan pengelolaan citra dan eksposur media suatu organisasi atau individu. Publisitas bertujuan untuk memperoleh liputan positif di media massa dan platform komunikasi lainnya, baik secara berbayar maupun organik, untuk mempromosikan produk, layanan, atau kegiatan organisasi.

b. Pemasaran (*Marketing Communications*)

Meskipun pemasaran adalah fungsi yang terpisah dari PR, namun ada titik pertemuan di mana keduanya saling berkaitan. Bagian pemasaran dari PR melibatkan penggunaan strategi komunikasi untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mempromosikan produk atau layanan organisasi kepada konsumen atau pasar target.

c. *Public Affairs*

Ini mencakup interaksi dengan pemerintah, regulator, dan badan legislatif untuk memengaruhi kebijakan publik dan undang-undang yang mempengaruhi organisasi atau industri tertentu. Public Affairs sering kali melibatkan advokasi kebijakan dan partisipasi dalam proses politik untuk memperjuangkan kepentingan organisasi.

d. Manajemen Isu (*Issue Management*)

Bagian ini melibatkan pengidentifikasian, analisis, dan penanganan isu-isu yang dapat mempengaruhi reputasi atau operasi suatu organisasi. Ini mencakup merespons krisis, mengelola risiko reputasi, dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengatasi masalah yang mungkin muncul.

e. Lobi (*Lobbying*)

Ini melibatkan upaya untuk mempengaruhi pembuat kebijakan, pejabat pemerintah, dan badan legislatif dalam mendukung kepentingan organisasi atau industri tertentu. Lobi dapat meliputi pengajuan pendapat, pertemuan dengan pejabat, kampanye advokasi, dan partisipasi dalam proses legislasi.

f. Hubungan Investor (*Investor Relations*)

Ini mencakup komunikasi antara organisasi dengan pemegang saham, analis keuangan, dan komunitas keuangan. Tujuan dari hubungan investor adalah untuk memastikan bahwa informasi keuangan dan non-keuangan yang relevan disampaikan dengan jelas dan akurat kepada semua pemangku kepentingan yang terlibat.

4. Peran Public Relation

Menurut Seitel (2017), *public relation* memiliki beberapa peran tertentu yang lebih spesifik, yakni:

a. *Communicator* (Komunikator)

Sebagai komunikator, PR bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang jelas, akurat, dan relevan kepada berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) organisasi. Ini melibatkan penggunaan berbagai saluran komunikasi, mulai dari media massa tradisional hingga platform digital, untuk menyebarkan pesan organisasi dengan efektif. Seorang PR harus mampu menulis materi pers, merancang kampanye komunikasi, mengelola media sosial, dan menyampaikan presentasi yang persuasif. Komunikator yang baik dapat membantu memperkuat hubungan organisasi dengan publiknya, membangun kepercayaan, dan memengaruhi persepsi positif.

b. *Relationship Builder* (Pembangun Hubungan)

Sebagai pembangun hubungan, PR bertugas untuk memelihara dan meningkatkan hubungan yang baik antara organisasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, media, pemerintah, dan masyarakat umum. Ini melibatkan memahami kebutuhan dan kepentingan masing-masing pihak, serta berinteraksi secara proaktif untuk membangun saling pengertian dan kerjasama. Pembangun hubungan yang efektif dapat membantu organisasi untuk memperluas jaringan, mengatasi konflik, dan menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang.

c. *Crisis Manager* (Manajer Krisis)

Sebagai manajer krisis, PR bertanggung jawab untuk merespons dan mengelola situasi-situasi darurat atau krisis yang dapat mempengaruhi reputasi atau operasi organisasi. Ini melibatkan penanganan dengan cepat dan efektif terhadap berbagai tantangan, mulai dari kecelakaan industri hingga skandal publik, dengan tujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memulihkan kepercayaan publik. Manajer krisis yang terampil harus mampu mengidentifikasi risiko potensial, merancang rencana tanggap darurat, mengkoordinasikan respons tim lintas-fungsional, dan menyampaikan pesan yang konsisten dan transparan kepada publik.

d. *Image Maker* (Pembuat Citra)

Sebagai pembuat citra, PR bertugas untuk membangun dan memelihara citra positif organisasi di mata publik. Ini melibatkan penggunaan strategi komunikasi yang kreatif dan efektif untuk menyoroti prestasi, nilai-nilai, dan kontribusi organisasi kepada masyarakat. Pembuat citra yang baik dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, mengubah persepsi negatif, dan memperkuat reputasi organisasi sebagai pemimpin dalam industri atau komunitasnya.

5. Fungsi Public Relation

Menurut Sari (2017), *public relation* memiliki dua fungsi utama, yakni fungsi konstruktif dan fungsi korektif, sebagai berikut:

a. Fungsi Konstruktif

Fungsi konstruktif dari *Public Relations* (PR) bertujuan untuk membangun dan memperkuat hubungan yang positif antara organisasi dan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) melalui komunikasi yang efektif dan strategis. Beberapa aspek utama dari fungsi konstruktif PR termasuk:

- Pembangunan Citra Positif

PR bertanggung jawab untuk mempromosikan citra positif organisasi di mata publik melalui peningkatan kesadaran, penilaian,

dan penghargaan terhadap kinerja organisasi dan kontribusinya terhadap masyarakat.

- Pengelolaan Hubungan

PR membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, media, pemerintah, dan masyarakat umum, dengan tujuan untuk memperkuat dukungan, kepercayaan, dan kesetiaan terhadap organisasi.

- Pembentukan Kesadaran Merek

PR membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang merek organisasi, produk, atau layanan yang ditawarkan melalui berbagai strategi komunikasi yang kreatif dan efektif.

- Pengembangan Komunitas

PR berkontribusi dalam pengembangan dan penguatan komunitas yang terkait dengan organisasi, baik secara lokal maupun global, dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi.

b. Fungsi Korektif

Fungsi korektif dari *Public Relations* (PR) berfokus pada penanganan masalah atau krisis yang dapat mempengaruhi reputasi atau operasi organisasi. PR bertindak sebagai penjaga reputasi dan merespons situasi-situasi darurat dengan cepat dan efektif. Beberapa aspek utama dari fungsi korektif PR termasuk:

- Manajemen Krisis

PR merancang dan melaksanakan rencana tanggap darurat untuk menangani situasi-situasi krisis yang tidak terduga, seperti kecelakaan industri, skandal publik, atau kegagalan produk, dengan tujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memulihkan kepercayaan publik.

- Pengelolaan Konflik

PR membantu dalam mengelola konflik atau kontroversi yang muncul dalam hubungan organisasi dengan berbagai pemangku kepentingan, dengan tujuan untuk mencapai solusi yang dapat diterima oleh semua pihak terlibat.

- **Transparansi dan Komunikasi Krisis**

PR menyediakan komunikasi yang jelas, transparan, dan konsisten kepada publik selama situasi krisis, dengan memberikan informasi yang akurat, merespons pertanyaan dan kekhawatiran, serta menyampaikan pesan organisasi dengan empati dan kepedulian.

B. Manajemen Krisis

1. Pengertian Manajemen Krisis

Manajemen krisis adalah serangkaian proses yang dirancang untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan menangani situasi darurat yang dapat mengancam keberlangsungan, reputasi, atau operasi suatu organisasi. Fokus utamanya adalah mengurangi dampak negatif dari krisis, memulihkan kepercayaan publik, serta memastikan kelangsungan operasi melalui strategi yang terstruktur. Dengan manajemen krisis yang efektif, organisasi dapat merespons tantangan secara cepat dan terkendali, sehingga meminimalkan kerugian yang mungkin terjadi.

Fearn-Banks (2007) mendefinisikan manajemen krisis sebagai proses strategis yang melibatkan perencanaan, pengambilan keputusan, dan komunikasi untuk meminimalkan kerugian organisasi selama terjadi krisis. Ia menekankan pentingnya komunikasi yang cepat dan transparan untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan. Coombs (2018) menyatakan bahwa manajemen krisis adalah upaya untuk mengantisipasi, mengidentifikasi, dan merespons krisis dengan pendekatan yang berbasis penelitian. Menurutnya, keberhasilan manajemen krisis sangat bergantung pada kesiapan organisasi dalam menghadapi potensi risiko yang telah diprediksi sebelumnya.

Hermann (1963) menekankan bahwa manajemen krisis berkaitan dengan pengambilan keputusan di bawah tekanan waktu dan ketidakpastian

tinggi. Dalam pandangannya, manajemen krisis membutuhkan pemimpin yang mampu membuat keputusan cepat dan efektif untuk mengatasi dampak krisis. Pearson dan Clair (1998) mendefinisikan manajemen krisis sebagai proses untuk mencegah atau mengurangi risiko kerugian yang signifikan terhadap organisasi atau entitas, dengan menekankan pada kesiapan organisasi sebelum krisis terjadi dan pemulihan setelah krisis berlalu.

Augustine dkk (2000) menyebutkan bahwa manajemen krisis adalah langkah-langkah sistematis yang diambil oleh organisasi untuk menganalisis, mengelola, dan memitigasi kejadian yang berpotensi mengancam kelangsungan bisnis. Augustine menambahkan bahwa empati dan perhatian terhadap pemangku kepentingan adalah elemen kunci dalam manajemen krisis.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa manajemen krisis merupakan disiplin penting yang mencakup strategi, perencanaan, dan komunikasi untuk menghadapi situasi darurat yang dapat membahayakan organisasi. Berdasarkan pandangan para ahli, aspek utama dalam manajemen krisis meliputi kesiapan menghadapi potensi risiko, kemampuan pengambilan keputusan di bawah tekanan, dan komunikasi yang efektif dengan pemangku kepentingan.

2. Tahapan Manajemen Krisis

Menurut Kriyantono (2012), terdapat beberapa tahapan manajemen krisis, yakni sebagai berikut:

a. Pra-krisis (*pre-crisis*)

Tahap pra-krisis adalah periode sebelum krisis terjadi, di mana organisasi mempersiapkan diri untuk menghadapi kemungkinan krisis. Aktivitas utama pada tahap ini meliputi identifikasi potensi risiko, penyusunan rencana mitigasi, dan pengembangan rencana komunikasi krisis. Organisasi juga perlu melakukan simulasi dan pelatihan bagi karyawan untuk memastikan semua pihak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil jika krisis benar-benar terjadi. Kriyantono menekankan bahwa persiapan di tahap ini sangat penting untuk

meminimalkan dampak krisis. Selain itu, membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, seperti media dan komunitas, menjadi bagian penting dalam menciptakan kepercayaan yang dapat membantu saat krisis muncul.

b. Krisis (*acute crisis*)

Tahap krisis adalah saat kejadian yang tidak diinginkan telah terjadi dan mulai berdampak pada organisasi. Pada fase ini, fokus utama adalah mengelola situasi agar dampaknya dapat diminimalkan. Tindakan yang dilakukan mencakup pengaktifan rencana krisis, penanganan masalah secara cepat dan efektif, serta komunikasi yang terbuka dan transparan kepada publik. Komunikasi dalam tahap ini sangat krusial untuk menjaga reputasi organisasi dan menghindari penyebaran informasi yang salah. Menurut Kriyantono, respons yang lambat atau tidak terkoordinasi dapat memperburuk situasi, sehingga kecepatan dan koordinasi antarunit menjadi faktor penentu keberhasilan manajemen krisis.

c. Pascakrisis (*post-crisis*)

Tahap pascakrisis adalah periode setelah krisis berhasil diatasi. Fokus utama pada tahap ini adalah pemulihan organisasi, baik secara operasional maupun reputasi. Organisasi harus mengevaluasi penyebab krisis, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam respons mereka, serta menyusun langkah-langkah untuk mencegah krisis serupa di masa depan. Tahap ini juga mencakup rekonstruksi hubungan dengan pemangku kepentingan yang mungkin terpengaruh selama krisis. Menurut Kriyantono, refleksi dan dokumentasi selama tahap pascakrisis membantu organisasi memperbaiki rencana krisis mereka dan meningkatkan kesiapan menghadapi situasi darurat di masa mendatang.

3. Intervensi Pengendalian Krisis

Menurut Kasali (2019), terdapat beberapa tahapan intervensi pengendalian krisis yang terjadi di sebuah instansi, yakni sebagai berikut:

a. Identifikasi

Tahap pertama adalah identifikasi, yaitu proses mengenali, memahami, dan menganalisis sumber permasalahan yang sedang terjadi. Pada tahap ini, instansi harus menentukan jenis krisis, apakah berasal dari faktor internal seperti kesalahan manajemen dan kebocoran data, atau faktor eksternal seperti bencana alam dan perubahan regulasi. Selain itu, identifikasi juga mencakup analisis mengenai dampak yang ditimbulkan terhadap organisasi serta pemangku kepentingan, seperti pelanggan, investor, dan masyarakat luas. Semakin cepat suatu instansi dapat mengidentifikasi krisis, semakin besar peluang untuk meresponsnya dengan tepat sebelum situasi semakin memburuk.

b. Isolasi/Pengucilan

Setelah krisis teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah isolasi atau pengucilan, yaitu upaya untuk membatasi penyebaran dampak agar tidak semakin luas. Pada tahap ini, instansi harus segera mengontrol aliran informasi, baik secara internal maupun eksternal, untuk mencegah kepanikan atau kesalahan persepsi di masyarakat. Selain itu, langkah-langkah pencegahan juga harus dilakukan, seperti menghentikan sementara aktivitas yang berpotensi memperburuk situasi atau menonaktifkan sistem yang terdampak. Isolasi bertujuan untuk menjaga stabilitas organisasi sekaligus memberikan waktu bagi tim manajemen krisis untuk menyusun strategi penanganan yang lebih komprehensif.

c. Pemetaan Internal-Eksternal

Tahap berikutnya adalah pemetaan internal-eksternal, yang berfungsi untuk menganalisis situasi secara lebih luas guna menentukan langkah terbaik dalam menangani krisis. Dari segi internal, instansi harus menilai kesiapan organisasi dalam menghadapi krisis, mengevaluasi dampak terhadap operasional, dan memastikan ketersediaan sumber daya untuk menanggulangi permasalahan. Sementara itu, dari segi eksternal, instansi perlu memahami bagaimana publik, media, investor, dan pihak berkepentingan lainnya bereaksi terhadap situasi yang terjadi. Pemetaan ini membantu instansi dalam mengidentifikasi peluang serta potensi

risiko lebih lanjut yang dapat muncul selama proses pengendalian krisis berlangsung.

d. Pilihan Strategi

Setelah pemetaan dilakukan, instansi harus mengambil pilihan strategi yang paling sesuai untuk menyelesaikan krisis dan memulihkan reputasi. Strategi yang dapat diterapkan antara lain transparansi, yaitu dengan menyampaikan fakta secara terbuka agar publik mendapatkan informasi yang jelas dan akurat. Selain itu, strategi pemulihan reputasi dapat dilakukan melalui perbaikan kebijakan atau langkah konkret untuk meningkatkan kepercayaan publik. Jika krisis berdampak langsung pada pelanggan atau masyarakat, pemberian kompensasi juga bisa menjadi pilihan untuk menunjukkan tanggung jawab perusahaan. Dalam beberapa kasus, perubahan sistem internal juga diperlukan guna mencegah terulangnya kejadian serupa di masa depan. Dengan menerapkan strategi yang tepat, instansi dapat mengatasi krisis secara efektif serta memastikan kelangsungan operasionalnya di masa mendatang.

Pilihan strategi sendiri terbagi menjadi tiga strategi umum yang digunakan dalam sebuah krisis, yakni sebagai berikut:

1) Strategi Defensif

Strategi Defensif adalah pendekatan yang digunakan oleh suatu instansi atau organisasi untuk melindungi diri dari ancaman atau risiko yang dapat mengganggu stabilitas operasionalnya. Strategi ini biasanya diterapkan ketika organisasi menghadapi tekanan eksternal seperti persaingan ketat, perubahan regulasi, atau krisis yang mengancam reputasi. Dalam strategi ini, langkah-langkah yang diambil cenderung bersifat protektif, seperti memperkuat keunggulan kompetitif, mengurangi biaya operasional, melakukan diversifikasi risiko, serta mempertahankan pangsa pasar melalui inovasi produk atau layanan. Meskipun strategi ini bersifat bertahan, organisasi tetap perlu bersikap proaktif dalam menghadapi ancaman agar tidak hanya

fokus pada perlindungan, tetapi juga memiliki kesiapan untuk berkembang di masa depan.

2) Strategi Adaptif

Strategi Adaptif merupakan strategi yang berorientasi pada fleksibilitas dan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal. Organisasi yang menerapkan strategi ini berusaha untuk terus berinovasi, menyesuaikan kebijakan, serta mengubah model bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif. Dalam dunia bisnis, strategi adaptif sangat penting dalam menghadapi dinamika pasar, perubahan preferensi pelanggan, serta perkembangan teknologi. Contohnya, perusahaan yang beralih dari model bisnis konvensional ke digital sebagai respons terhadap tren e-commerce menunjukkan penerapan strategi adaptif. Keberhasilan strategi ini bergantung pada seberapa cepat organisasi mampu mengenali perubahan, mengambil keputusan yang tepat, serta mengimplementasikan perubahan secara efektif tanpa mengorbankan kestabilan internal.

3) Strategi Dinamis

Strategi Dinamis adalah strategi yang tidak hanya berfokus pada adaptasi, tetapi juga proaktif dalam menciptakan peluang baru serta mengantisipasi tren masa depan. Organisasi yang menerapkan strategi ini bersifat inovatif, responsif, dan memiliki visi jangka panjang untuk menghadapi perubahan yang lebih kompleks. Dalam strategi ini, organisasi tidak sekadar bereaksi terhadap perubahan, tetapi juga berusaha menjadi pelopor dalam industrinya dengan mengembangkan produk, layanan, atau pendekatan bisnis yang unik. Strategi dinamis menuntut perusahaan untuk memiliki kepemimpinan yang visioner, budaya inovasi yang kuat, serta kemampuan untuk mengelola ketidakpastian dengan baik. Dengan menerapkan strategi ini, organisasi dapat tetap kompetitif dan bahkan menjadi pemimpin di

industri, sekaligus membangun daya tahan yang tinggi terhadap berbagai tantangan eksternal.

C. Citra Organisasi

1. Pengertian Citra Organisasi

Citra sebuah organisasi adalah representasi mental yang terbentuk dalam pikiran individu atau kelompok terkait dengan persepsi, penilaian, dan pemahaman tentang organisasi tersebut. Pengertian citra organisasi mencakup berbagai aspek, termasuk identitas, reputasi, dan kesan yang terbentuk dari interaksi antara organisasi dan lingkungannya. Citra organisasi mencerminkan bagaimana organisasi dilihat oleh berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*), termasuk karyawan, pelanggan, mitra bisnis, media, pemerintah, dan masyarakat umum (Satlita, 2006).

Pengertian citra organisasi juga mencakup dimensi kualitatif dan kuantitatif, yang meliputi atribut, sikap, dan persepsi yang terkait dengan organisasi. Atribut citra organisasi mencakup karakteristik, nilai-nilai, dan ciri khas yang dikaitkan dengan organisasi, sementara sikap mencerminkan evaluasi atau penilaian positif atau negatif terhadap organisasi. Persepsi tentang organisasi mencakup interpretasi atau pengertian individu terhadap berbagai informasi, pengalaman, dan interaksi dengan organisasi tersebut (Prasiska et al., 2017).

Pengertian citra organisasi juga mencakup aspek dinamis yang terus berubah seiring waktu dan pengalaman. Citra organisasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk komunikasi, perilaku, produk atau layanan, kinerja, dan reputasi organisasi. Citra organisasi juga dapat dipengaruhi oleh peristiwa-peristiwa atau konteks tertentu, seperti krisis, perubahan kepemimpinan, atau perubahan lingkungan bisnis (Silviani, 2020).

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa citra organisasi adalah representasi mental yang terbentuk dalam pikiran individu atau kelompok terkait dengan persepsi, penilaian, dan pemahaman tentang suatu organisasi. Ini mencakup berbagai aspek, termasuk identitas, reputasi, dan

kesan yang terbentuk dari interaksi antara organisasi dan lingkungannya. Citra organisasi dinamis dan dapat berubah seiring waktu dan pengalaman, dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, serta peristiwa atau konteks tertentu.

2. Faktor-Faktor Citra Organisasi

Faktor-faktor citra organisasi sendiri memiliki banyak versi. Penelitian ini mengadaptasi dari faktor-faktor yang diungkapkan oleh Collinson dan Morgan (2009) dalam bukunya yang kemudian dimodifikasi menjadi faktor-faktor citra organisasi terutama faktor citra pondok pesantren, yakni sebagai berikut:

a. Komunikasi Pondok Pesantren

Komunikasi yang jelas, konsisten, dan transparan dari Pondok Pesantren kepada berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti santri, orang tua santri, masyarakat sekitar, dan pihak-pihak terkait lainnya dapat membentuk persepsi positif tentang Pondok Pesantren. Pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti pertemuan komunitas, pengumuman di masjid, dan media sosial, memainkan peran penting dalam membentuk citra.

b. Kinerja Pendidikan dan Dakwah

Kualitas pendidikan agama, pendidikan formal, dan kegiatan dakwah yang dijalankan oleh Pondok Pesantren dapat memengaruhi citra Pondok Pesantren. Kinerja yang baik dalam menyelenggarakan program-program pendidikan dan dakwah yang relevan dengan tuntutan zaman dapat meningkatkan citra positif Pondok Pesantren di mata pemangku kepentingan. (Anhar, 2013)

c. Interaksi dengan Pemangku Kepentingan

Cara Pondok Pesantren berinteraksi dengan santri, orang tua santri, alumni, masyarakat sekitar, dan lembaga-lembaga terkait lainnya dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap Pondok Pesantren. Hubungan yang baik, penuh rasa hormat, dan kerjasama yang efektif dapat

memperkuat citra Pondok Pesantren sebagai lembaga pendidikan dan keagamaan yang berkualitas.

d. Kontribusi Terhadap Masyarakat

Praktek tanggung jawab sosial Pondok Pesantren (CSR) dan kontribusi mereka terhadap pembangunan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan sekitar dapat memengaruhi citra Pondok Pesantren. Keterlibatan dalam kegiatan sosial, bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, dan partisipasi dalam program-program pemberdayaan masyarakat dapat meningkatkan citra positif Pondok Pesantren di mata publik.

e. Reputasi dan Sejarah Pondok Pesantren

Reputasi Pondok Pesantren yang telah terbentuk seiring waktu, serta sejarahnya dalam mendidik generasi-generasi muslim yang berkualitas, dapat memengaruhi citra Pondok Pesantren. Pondok Pesantren dengan reputasi yang kuat dan sejarah yang positif cenderung mendapatkan kepercayaan lebih dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

f. Identitas dan Budaya Pondok Pesantren

Identitas Pondok Pesantren yang unik, seperti gaya pendidikan, tradisi, dan budaya pesantren, dapat memberikan kesan yang kuat tentang Pondok Pesantren. Citra visual, seperti lingkungan fisik dan simbol-simbol keagamaan, juga dapat memengaruhi persepsi tentang Pondok Pesantren sebagai lembaga pendidikan dan keagamaan.

BAB III

KRISIS DI PONDOK PESANTREN AL-QURANIYY AZ-ZAYADIYY

A. Sejarah Pondok Pesantren

SMP Pesantren Tahfidz Az-Zayadiyy, yang berlokasi di Sukoharjo, Jawa Tengah, merupakan salah satu lembaga pendidikan di bawah naungan Yayasan Azzayadiy. Yayasan ini secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2018. Berdirinya pesantren tersebut dilandasi oleh dasar hukum yang kuat, yakni berdasarkan Akta Notaris Nomor 37 yang diterbitkan pada tanggal 19 Maret 2018 oleh Notaris Dyahmawati Karsono, S.H. Selain itu, Yayasan Azzayadiy telah memperoleh pengesahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) melalui Surat Keputusan Nomor AHU-0004125.AH.01.04 Tahun 2018.

Pengasuh sekaligus pemilik Pesantren Tahfidz Az-Zayadiyy adalah KH Abdul Karim, yang lebih dikenal dengan sapaan Gus Karim. Berdirinya pesantren ini merupakan realisasi dari keinginan KH Ahmad Mustofa, ayah dari Gus Karim, untuk mendirikan sebuah pondok pesantren yang diasuh langsung oleh putranya tersebut.

Pesantren ini memulai aktivitasnya sebagai lembaga pendidikan pada tahun ajaran 2019/2020, dengan jumlah santri awal sekitar 70 orang. Seiring berjalannya waktu, jumlah santri yang terdaftar terus mengalami peningkatan secara bertahap. Hingga saat ini, jumlah santri yang menempuh pendidikan di pesantren tersebut telah mencapai sekitar 300 orang.

Pesantren ini memiliki fokus utama pada pendidikan tahfidzul Quran, dengan memadukan kurikulum pesantren yang khas dan kurikulum formal tingkat SMP. Sistem pembelajaran yang diterapkan di pesantren ini bertujuan untuk membekali para santri dengan kemampuan hafalan Al-Quran yang mumpuni sekaligus memberikan pendidikan formal sesuai standar pendidikan nasional.

B. Struktur Organisasi Pondok

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa Pondok Pesantren ini memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

- Pendiri** : H. Abdul Karim
- Pembina** : 1. Ir. H. Fatchur Rochman
: 2. H. Abdul Karim
- Pengawas** : Moh. Thohir Rosid, S.Si
- Pengurus**
- Ketua** : Drs. H. Ahmad Alamul Huda, M.Si
- Sekretaris** : 1. Sahal Abidin, M.H.I
: 2. Abdunnur Asy Sya'bani, S.Ud
- Bendahara** : 1. H. M. Eko Iriyanto
: 2. Dr. Faizatul Ansoriyah, M.Si
: 3. Andy Alfian Qodri, S.Si
- Humas** : 1. Muhammad Fakhruzul, S.H
: 2. Islahul Umur S.Sos

Struktur organisasi Pondok Pesantren Tahfidz Az-Zayadiyy dirancang untuk memastikan kelancaran pengelolaan dan operasional lembaga. Pondok pesantren ini didirikan oleh H. Abdul Karim, yang juga turut berperan sebagai salah satu pembina. Posisi pembina dalam struktur organisasi diisi oleh dua orang, yaitu Ir. H. Fatchur Rochman dan H. Abdul Karim. Pembina memiliki tanggung jawab memberikan arahan strategis dan memastikan visi pondok tercapai.

Pengawasan terhadap operasional pondok pesantren dilakukan oleh Moh. Thohir Rosid, S.Si, yang menjabat sebagai pengawas. Peran ini penting untuk menjaga akuntabilitas dan memastikan seluruh kegiatan pondok berjalan

sesuai dengan aturan dan tujuan yang telah ditetapkan. Pengurus harian pondok pesantren dipimpin oleh seorang ketua, yaitu Drs. H. Ahmad Alamul Huda, M.Si, yang bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen pondok. Dalam menjalankan tugasnya, ketua dibantu oleh sekretaris yang terdiri dari dua orang, yaitu Sahal Abidin, M.H.I, dan Abdunnur Asy Sya'bani, S.Ud. Mereka berperan dalam administrasi dan dokumentasi kegiatan pondok.

Fungsi keuangan dikelola oleh tim bendahara yang terdiri dari tiga orang, yaitu H. M. Eko Iriyanto, Dr. Faizatul Ansoriyah, M.Si, dan Andy Alfian Qodri, S.Si. Mereka bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan pondok secara transparan dan akuntabel, termasuk dalam pengaturan anggaran dan pelaporan keuangan.

Humas atau *Public Relations* (PR) di Pondok Pesantren ini dikelola oleh dua orang utama, yakni Muhammad Fakhrizul, S.H dan Islahul Umur, S.Sos. Keduanya memiliki tanggung jawab strategis dalam membina komunikasi antara pihak pesantren dengan publik, termasuk orang tua santri, masyarakat, dan media. Pembagian peran ini memungkinkan pengelolaan informasi berjalan lebih efektif, khususnya dalam menjaga citra institusi serta menanggapi isu-isu yang berkembang di lingkungan internal maupun eksternal pesantren.

Secara umum, tugas utama Public Relations adalah membangun dan memelihara citra positif lembaga melalui komunikasi yang transparan, etis, dan efektif. Dalam konteks pondok pesantren, tugas PR tidak hanya terbatas pada publikasi kegiatan, namun juga sebagai jembatan komunikasi antara pihak pesantren dengan masyarakat luas, termasuk dalam pengelolaan krisis atau isu sensitif. PR bertugas memastikan bahwa pesantren dipahami secara benar oleh publik dan segala bentuk informasi disampaikan dengan akurat dan bertanggung jawab.

Selain itu, PR juga memiliki peran dalam mengelola hubungan internal, seperti menjaga harmoni antara pengurus, guru, dan santri. Mereka harus mampu menciptakan suasana yang kondusif melalui komunikasi yang menenangkan dan solutif. Di saat terjadi krisis, seperti kasus perundungan yang

berujung pada kematian santri, PR berperan penting dalam menyusun pernyataan resmi, menangani media, serta menenangkan gejolak publik agar tidak menimbulkan kepanikan atau kesalahpahaman yang lebih luas.

Secara teori, PR juga menjalankan fungsi manajemen isu (*issue management*), yaitu mengidentifikasi potensi masalah sebelum berkembang menjadi krisis. Mereka diharapkan proaktif dalam membaca situasi, menilai risiko reputasi, dan menyiapkan strategi komunikasi krisis. Dalam kasus ini, Muhammad Fakhrizul dan Islahul Umur pada pernyataan yang diberikan sudah memiliki sistem monitoring terhadap dinamika santri, termasuk potensi konflik yang bisa mengarah ke perundungan. Fungsi ini tidak sekadar reaktif, tetapi juga preventif. Selain itu, PR berperan sebagai *crisis communicator*, yaitu orang yang menjadi wajah institusi dalam merespons krisis. Dalam pelaksanaannya, baik Muhammad Fakhrizul maupun Islahul Umur juga bertugas menyampaikan informasi secara tepat, cepat, dan empatik kepada media dan masyarakat. Mereka memiliki tugas untuk memposisikan diri sebagai perwakilan pesantren yang menunjukkan empati terhadap korban, keseriusan dalam menangani kasus, dan keterbukaan terhadap proses hukum yang berjalan, agar citra pesantren tetap terjaga di tengah sorotan publik.

C. Kronologi Krisis

Pondok Pesantren (Ponpes) Al-Quraniyy Az-Zayadiyy di Grogol berada dalam krisis besar menyusul kasus tragis yang secara hukum dapat mengancam institusi tersebut. Pada September 2024, seorang santri berinisial AKPW, yang masih berusia 13 tahun, meninggal dunia setelah menjadi korban bullying. Berdasarkan informasi yang beredar, tindakan kekerasan ini dipicu oleh penolakan AKPW untuk memberikan rokok kepada seorang senior berinisial G. Insiden ini mengungkap sisi gelap dari kehidupan santri di pesantren yang selama ini dianggap sebagai lembaga pendidikan berbasis nilai-nilai agama.

Kasus ini menarik perhatian publik, terutama setelah keluarga korban mengungkap adanya tekanan sosial yang kerap dialami santri di Ponpes tersebut. Tidak hanya AKPW, sejumlah eks santri dan keluarganya turut angkat

bicara, menyampaikan pengalaman mereka selama berada di lingkungan pesantren. Banyak dari mereka menyebutkan adanya budaya senioritas yang mengakar kuat, hingga mendorong tindakan intimidasi dan premanisme di antara santri. Beberapa keluarga eks santri mengaku bahwa anak-anak mereka sering dipaksa melakukan tindakan yang tidak sejalan dengan nilai pendidikan agama, seperti memalak teman sesama santri atau menjalankan perintah-perintah tidak pantas dari para senior.

Salah satu mantan wali santri yang diwawancarai media mengungkapkan bahwa anaknya kerap menjadi korban bullying selama mondok di Ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy. *“Anak saya sering dipukul karena tidak mau menuruti perintah senior yang menyuruhnya mengambil uang dari santri lain. Kami memilih memindahkan anak kami karena takut ada hal lebih buruk yang terjadi,”* ujar wali santri tersebut. Pernyataan ini sejalan dengan laporan media Detik, yang menyoroti bahwa pola kekerasan dan senioritas di pesantren ini menjadi masalah yang tidak tertangani dengan baik oleh pengelola pondok.

Krisis ini juga memunculkan perdebatan mengenai lemahnya sistem pengawasan di pesantren tersebut. Beberapa keluarga eks santri menyayangkan minimnya keterlibatan pengurus pesantren dalam mencegah kekerasan antar santri. Mereka menilai, seharusnya pengurus dapat lebih aktif membangun komunikasi dengan para santri, sehingga potensi konflik atau kasus seperti ini dapat dicegah lebih dini. Selain itu, kurangnya pelaporan resmi dari santri yang menjadi korban bullying dianggap sebagai salah satu kendala besar dalam menyelesaikan masalah ini. Budaya diam atau takut melapor tampaknya menjadi salah satu akar persoalan di pesantren ini.

Kasus ini tidak hanya mencoreng citra Ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy, tetapi juga memicu diskusi nasional tentang pentingnya reformasi dalam sistem pengelolaan pesantren. Banyak pihak menyerukan agar institusi pendidikan berbasis agama seperti ini diawasi lebih ketat oleh pemerintah. Beberapa organisasi kemanusiaan bahkan mendesak adanya regulasi yang memastikan lingkungan pesantren menjadi tempat yang aman bagi seluruh santri tanpa terkecuali. Kasus ini menjadi pengingat bahwa pesantren, sebagai

tempat pendidikan moral dan agama, harus benar-benar mencerminkan nilai-nilai yang mereka ajarkan.

Hingga saat ini, tanggapan pihak pesantren terkait kasus ini tetap mengakui kelalaian mereka dalam mendidik siswa. Namun, tekanan dari berbagai pihak terus meningkat, mendesak Ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy untuk bertanggung jawab dan mengevaluasi sistem mereka secara menyeluruh. Keluarga korban dan masyarakat luas berharap agar kasus ini tidak berakhir tanpa perubahan signifikan. Mereka menuntut adanya tindakan konkret untuk memastikan kejadian serupa tidak terulang di masa depan, tidak hanya di Ponpes Al-Quraniyy Az-Zayadiyy tetapi juga di seluruh pesantren di Indonesia.

D. Citra Pondok Pesantren Sebelum dan Sesudah Krisis

1. Citra Pondok Pesantren Sebelum Krisis

Sebelum munculnya berbagai permasalahan, pondok pesantren tersebut banyak pihak eksternal mengungkapkan pendapat mereka tentang ponpes ini dikenal luas sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam yang memiliki reputasi unggul di tengah masyarakat. Sejak awal berdirinya, pesantren ini berhasil membangun citra sebagai pusat pendidikan moral, intelektual, dan spiritual para santri. Karena masyarakat memandang pondok ini bukan hanya sebagai tempat menuntut ilmu agama, tetapi juga sebagai benteng peradaban yang melahirkan individu-individu berakhlak mulia dan berkontribusi nyata dalam kehidupan sosial. Adapun masyarakat atau pihak eksternal memiliki pendapat yang bagus tentang pondok ini karena pengaruh dari pengasuh atau pendiri pondok yang bernama KH Abdul Karim atau biasa disebut Gus Karim, yang merupakan tokoh religi yang dikenal di daerah Sukoharjo dimana beliau membangun ponpes Az Zayyadiyah bercabang 2 yang versi pertama lebih ke perihal kitab salaf dan yang terbaru ini ialah versi ponpes Tahfidz. Reputasi ponpes Az Zayyadiyah banyak ditemui di media sosial milik ponpes yang selalu melancarkan kegiatan positif, interaktif dan kegiatan yang menghasilkan reputasi penghargaan. Hal tersebut membuat banyak orang tua dari berbagai daerah

rela menitipkan anak-anak mereka, berharap kelak menjadi insan yang berilmu dan berbudi pekerti luhur.

Kehadiran pondok pesantren ini menjadi oase di tengah hiruk-pikuk kehidupan modern yang sering kali melalaikan nilai-nilai religius. Di lingkungan sekitarnya, pondok ini bukan sekadar lembaga pendidikan, melainkan menjadi mercusuar moralitas yang memberi contoh nyata bagaimana nilai-nilai Islam dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Tradisi keilmuan yang terjaga, adab santri terhadap guru yang sangat tinggi, serta suasana keseharian yang penuh kesederhanaan dan kedisiplinan menambah kuat citra positif tersebut. Banyak kerap sekali pihak masyarakat sekitar atau kalangan mengakui ponnpes ini sering dikunjungi, dari pemerintahan, tokoh agama, maupun masyarakat umum, dimana menganggap pondok ini sebagai model pendidikan Islam yang ideal.

Dalam pandangan dan pendapat pihak eksternal mendapati sebuah hubungan antara pengasuh, ustadz-ustadzah, dan para santri terjalin dalam ikatan penuh kasih sayang namun tetap berlandaskan kedisiplinan. Figur pengasuh pondok dikenal memiliki wibawa yang tinggi, dihormati bukan hanya oleh santri dan wali santri, tetapi juga oleh masyarakat luas. Karisma pengasuh membuat setiap kebijakan pondok dipatuhi dengan penuh keikhlasan, tanpa adanya perasaan terpaksa. Para ustadz pun mengabdikan diri dengan sepenuh hati, mengajar bukan semata-mata sebagai profesi, tetapi sebagai bentuk ibadah dan amanah moral untuk melanjutkan estafet perjuangan dakwah Islam.

Metode pembelajaran di pesantren ini terkenal sistematis dan berimbang. Selain memfokuskan diri pada pengajaran kitab-kitab klasik (kutub at-turats), pondok ini juga membuka diri terhadap pengembangan ilmu pengetahuan modern yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Kurikulum pondok dirancang dengan cermat untuk membentuk santri yang tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga mampu menghadapi tantangan zaman. Pendekatan seperti ini semakin menguatkan citra pondok

sebagai lembaga yang mampu melahirkan kader-kader ulama dan intelektual Muslim yang mumpuni.

Tidak hanya berprestasi dalam bidang akademik, masyarakat atau pihak eksternal kerap menjumpai santri-santri pondok ini dikenal aktif dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan seperti halnya memimpin pengajian yang diajukan oleh salah satu hajat masyarakat, tampil panngung sholat yang diajukan masyarakat dan berbagai macam hal lain yang mengarah kegiatan sosial. Keterlibatan mereka dalam program-program bakti sosial, pengajian keliling, hingga program dakwah di daerah-daerah terpencil membuat keberadaan pondok semakin dicintai masyarakat. Santri pondok menjadi duta-duta Islam rahmatan lil alamin yang tampil santun, rendah hati, dan berwawasan luas. Citra ini memperkuat kepercayaan masyarakat bahwa pesantren ini benar-benar menggembleng karakter santri secara menyeluruh.

Dalam bidang akhlak, pondok pesantren ini bahkan dijadikan rujukan oleh banyak lembaga pendidikan lain. Sikap hormat kepada guru, ketekunan dalam belajar, ketertiban dalam beribadah, serta kedisiplinan dalam menjalani rutinitas harian menjadi ciri khas yang melekat kuat pada seluruh santri. Setiap tamu yang datang selalu merasa terkesan dengan atmosfer kesalehan yang memancar dari keseharian di lingkungan pondok. Suasana yang damai, bersih, dan penuh ketertiban mencerminkan betapa pondok ini sungguh-sungguh dalam membina karakter para santrinya.

Kegiatan-kegiatan keagamaan di pondok berlangsung dengan khidmat dan penuh kekhusyukan. Mulai dari shalat berjamaah lima waktu, pembacaan al-Qur'an secara rutin, pengajian kitab, hingga amalan-amalan harian seperti dzikir dan wirid, semuanya berjalan tertib dan terarah. Tak jarang masyarakat sekitar ikut menghadiri acara-acara besar pondok seperti khataman kitab, haul kyai pendiri, atau pengajian akbar. Keterbukaan pondok terhadap masyarakat mempererat ikatan emosional antara pondok dan warga, sehingga tercipta simbiosis yang saling menguntungkan.

Di kalangan alumni, pondok ini mendapat tempat tersendiri dalam hati mereka. Banyak alumni yang telah sukses di berbagai bidang tetap menjunjung tinggi nama baik pondok dan terus menjaga hubungan dengan almamaternya. Melalui jaringan alumni yang kuat, nama pondok semakin harum dan diperbincangkan dengan penuh kebanggaan. Alumni tidak hanya mengingat pondok sebagai tempat belajar, tetapi juga sebagai rumah kedua yang telah membentuk kepribadian mereka menjadi lebih matang dan bertanggung jawab.

Keberhasilan pondok dalam mempertahankan citranya juga tidak terlepas dari kemampuan adaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan prinsip-prinsip dasar. Pondok ini mampu merespons dinamika sosial dan teknologi dengan bijak, seperti mengadakan pelatihan teknologi untuk santri, membuka program tahfidz yang berbasis digital, serta mengoptimalkan media sosial untuk syiar dakwah. Kemampuan beradaptasi inilah yang membuat citra pondok semakin relevan dengan kebutuhan umat masa kini.

Dukungan masyarakat atau pihak eksternal terhadap pondok juga tercermin dari banyaknya bantuan yang mengalir, baik dalam bentuk dana, fasilitas, maupun partisipasi dalam pembangunan fisik pondok. Masyarakat atau pihak eksternal percaya bahwa setiap bantuan yang diberikan kepada pondok akan menjadi investasi akhirat yang besar nilainya. Kepercayaan ini lahir dari citra pondok yang bersih dari praktik-praktik yang merugikan masyarakat serta dari integritas para pengelolanya dalam menjaga amanah umat.

Pondok pesantren ini pun sering kali dijadikan rujukan oleh pemerintah daerah maupun kementerian agama yang bisa kita jumpai dalam media sosial dimana mengarah keberbagai program pembinaan keagamaan. Banyak studi banding dari pesantren lain maupun lembaga pendidikan umum yang ingin belajar tentang sistem pengelolaan pendidikan di sini. Kebanggaan masyarakat setempat terhadap keberadaan pondok ini tak terbantahkan. Keberhasilan pondok menjaga integritas, disiplin, prestasi,

dan akhlakul karimah santrinya menjadi fondasi utama dari citra mulia yang dibangunnya selama bertahun-tahun.

Secara keseluruhan, sebelum munculnya berbagai permasalahan, pondok pesantren ini berdiri sebagai simbol kejayaan pendidikan Islam tradisional yang mampu bertransformasi mengikuti perkembangan zaman. Dengan menjaga keseimbangan antara nilai-nilai klasik dan tuntutan modernitas, pondok ini telah menjadi contoh nyata bagaimana sebuah lembaga pendidikan berbasis nilai-nilai luhur dapat tetap relevan dan menjadi pilihan utama masyarakat. Citra ini begitu kuat, sehingga menjadi modal sosial yang amat berharga untuk kelangsungan pondok di masa depan.

2. Citra Pondok Pesantren Sesudah Krisis

Setelah mencuatnya berbagai permasalahan, citra pondok pesantren yang selama ini dibangun dengan penuh kehati-hatian mulai mengalami keretakan yang cukup serius dan pengasuh ponpes juga mengatakan kepada media berita bahwasanya ini adalah kesalahan ponpes atau kelalaian ponpes. Pada akhirnya kepercayaan masyarakat maupun beberapa pihak eksternal yang dahulu begitu kuat mulai tergerus oleh berbagai isu yang beredar luas, baik melalui percakapan sehari-hari maupun melalui media sosial. Pondok yang dulunya dipandang sebagai benteng moralitas, kini harus menghadapi pandangan skeptis dari masyarakat yang mempertanyakan integritas dan kredibilitas para pengelolanya. Aura kehormatan yang dulunya menyelimuti nama besar pondok mulai tercemar oleh persepsi negatif yang sulit dihindari.

Salah satu dampak paling terasa banyak perbincangan negative dan penuh stigma dari pihak eksternal yang dilontarkan di media sosial berita maupun media sosial ponpes terkait release pengakuan kesalahan atau kelalaian ponpes, ini mengakibatkan menurunnya minat masyarakat untuk menitipkan anak-anak mereka di pondok tersebut. Jika sebelumnya calon santri membludak hingga harus disaring ketat, kini pendaftaran mengalami penurunan yang signifikan. Kekhawatiran orang tua terhadap keamanan,

kenyamanan, dan kualitas pendidikan di pondok membuat mereka lebih berhati-hati dalam memilih tempat pendidikan anak. Pesantren yang dulunya menjadi primadona kini mulai tergeser oleh lembaga-lembaga pendidikan lain yang dinilai lebih stabil dan bebas dari kontroversi.

Di dalam lingkungan pondok itu sendiri, suasana batin para santri pun turut terpengaruh. Mereka yang selama ini bangga menjadi bagian dari pondok mulai merasakan tekanan sosial yang berat. Stigma dari luar membuat identitas mereka sebagai santri pondok tersebut dipandang dengan kecurigaan. Semangat belajar yang dulu berkobar mulai redup, tergantikan oleh kegelisahan dan ketidakpastian. Dalam keseharian, tampak ketegangan emosional yang mempengaruhi hubungan antara santri, ustadz, bahkan pengasuh pondok.

Hubungan antara pengasuh dan masyarakat sekitar yang dulunya sangat erat juga mulai renggang. Banyak warga yang sebelumnya aktif mendukung kegiatan pondok kini memilih menjaga jarak. Mereka enggan terlibat lebih jauh karena khawatir nama baik mereka ikut tercoreng. Kegiatan-kegiatan sosial pondok yang dulunya ramai dan mendapat sambutan hangat, kini berjalan dengan partisipasi yang jauh berkurang. Ada jarak emosional yang terasa, seolah-olah pondok ini tidak lagi menjadi bagian utuh dari denyut kehidupan masyarakat.

Kredibilitas para pengasuh dan ustadz pun ikut tergerus. Sosok-sosok yang dulu dihormati sebagai panutan kini mulai dipandang dengan kacamata kritis, bahkan sinis. Setiap keputusan yang diambil pondok sering kali disikapi dengan curiga oleh publik, meskipun keputusan tersebut sejatinya bertujuan baik. Upaya klarifikasi yang dilakukan oleh pihak pondok terkadang justru dianggap sebagai pembelaan diri belaka, bukan bentuk pertanggungjawaban yang tulus. Keadaan ini membuat pondok berada dalam situasi sulit, di mana setiap langkahnya diawasi dan dinilai dengan kecurigaan.

Secara internal, pondok mengalami krisis kepercayaan yang cukup mendalam. Para santri senior yang biasanya menjadi teladan mulai merasa

gamang, sementara para ustadz menghadapi dilema antara mempertahankan loyalitas pada pondok atau menjaga integritas pribadi di hadapan masyarakat. Beberapa ustadz bahkan memilih mengundurkan diri secara halus dengan alasan personal, untuk menghindari dampak reputasi yang semakin memburuk. Pergeseran ini membuat sistem pembelajaran di pondok menjadi kurang stabil dan kehilangan daya dorong yang sebelumnya begitu kuat.

Nama baik alumni yang tersebar di berbagai daerah pun ikut terkena imbasnya. Salah satu alumni pondok mengatakan merasa berat menyebut asal pendidikan mereka secara terbuka, takut terkena stigma yang berkembang di masyarakat. Dimana alumni mengatakan bahwa Ikatan alumni yang dulunya erat menjadi renggang karena rasa kecewa dan kekhawatiran akan reputasi masing-masing. Beberapa alumni bahkan secara terbuka menyatakan kritik terhadap pondok, kritik ini disampaikan di grup whatsapp dimana didalamnya juga terhubung oleh pengurus atau ustad yang masih bertugas di dalam ponpes, meskipun ada juga yang tetap berusaha membela dengan narasi bahwa masalah ini adalah ujian yang harus dihadapi bersama.

Citra pondok sebagai lembaga pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan zaman pun mulai dipertanyakan. Inovasi-inovasi yang dulu menjadi keunggulan kini dianggap tidak lagi relevan jika tidak disertai dengan perbaikan moral dan etika. Persepsi masyarakat bergeser, dari kekaguman terhadap modernitas pondok menjadi kritik terhadap lemahnya pengawasan dan pengelolaan internal. Akibatnya, pondok tidak hanya kehilangan keunggulan moral, tetapi juga keunggulan strategis dalam bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Dalam bidang sosial keagamaan, kehadiran pondok dalam acara-acara masyarakat mulai berkurang. Jika dahulu pengasuh pondok sering diundang sebagai pembicara dalam berbagai forum keagamaan, kini undangan-undangan tersebut mulai berkurang drastis. Sebagian besar acara keagamaan memilih mengundang tokoh-tokoh lain yang dianggap lebih

'aman' dari segi reputasi. Hal ini secara perlahan mengurangi pengaruh sosial pondok dalam kehidupan masyarakat luas, menjadikan pondok lebih tertutup dan eksklusif dibandingkan sebelumnya.

Kondisi finansial pondok juga tidak lepas dari dampak permasalahan ini. Nyatanya penemuan data yang ditemukan bantuan dari masyarakat yang dulunya mengalir deras kini mulai berkurang, baik dalam bentuk dana operasional maupun bantuan pembangunan. Pondok harus berjuang keras untuk mempertahankan kelangsungan kegiatan sehari-hari dengan sumber daya yang semakin terbatas. Tekanan finansial ini berdampak pada kualitas fasilitas dan pelayanan kepada santri, yang pada gilirannya memperburuk persepsi masyarakat terhadap kondisi pondok.

Upaya humas pondok untuk memulihkan citra menghadapi jalan yang tidak mudah. Butuh waktu lama, konsistensi, serta langkah-langkah nyata untuk meyakinkan kembali publik akan komitmen pondok terhadap nilai-nilai luhur Islam. Rebranding, perbaikan sistem manajemen, penguatan pendidikan karakter, serta keterbukaan terhadap kritik menjadi langkah-langkah penting yang harus dipublikasi dan dijalani. Namun, membangun kembali kepercayaan masyarakat bagi humas tidak semudah membangun reputasi awal; kerusakan yang terjadi meninggalkan luka yang dalam dan membutuhkan proses penyembuhan yang panjang.

Secara keseluruhan dari media berita, stigma yang beredar besar setelah terjadinya permasalahan, citra pondok pesantren ini mengalami degradasi serius yang mengubah secara fundamental bagaimana ia dipersepsikan oleh masyarakat yang terlihat dari komentar-komentar di media sosial maupun media berita. Dari simbol kejayaan pendidikan Islam, pondok ini kini menghadapi tantangan besar untuk membuktikan bahwa ia mampu bangkit, memperbaiki diri, dan kembali menjadi mercusuar ilmu, akhlak, dan peradaban di tengah masyarakat. Sejarah panjang yang pernah dibanggakan kini menjadi pelajaran berharga bahwa menjaga amanah kepercayaan publik adalah pekerjaan tanpa henti yang harus diiringi dengan ketulusan dan integritas sejati.

E. Manajemen Krisis yang Dilakukan Ponpes

1. Pra-krisis (*pre-crisis*)

Pada tahap pra-krisis apabila mengacu pada pemberitaan, maka tidak ditemukan adanya tindakan dalam manajemen krisis yang dilakukan oleh pondok pesantren. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Humas ponpes, diketahui sebagai berikut:

“Kami hanya memberlakukan hukuman untuk para pelaku bully, kami juga memanggil orang tersebut untuk datang ke kantor dan diberi peringatan pada santri dan juga wali santri. Juga ada Ta’zir atau hukuman tersendiri bagi pelaku bully. Namun sebenarnya itu tidak hanya pada bully, tapi pada kesalahan berat lainnya”.

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa tindakan pra-krisis yang dilakukan oleh pihak Ponpes adalah dengan memberikan hukuman. Hal itu mengarah pada skorsing, dan pemberian peringatan pada siswa yang melakukan pelanggaran. Namun secara spesifik, pemberian hukuman atas *bully* dan hukuman lainnya, tidak memiliki perbedaan. Hal itu dibuktikan dengan pernyataan yang mendukung dari pihak humas dengan adanya kesamaan pada kesalahan berat lainnya.

Melihat hasil wawancara yang dilakukan, seperti belum ada tindakan preventif dari pihak pondok. Hal tersebut juga dijelaskan sebagai berikut oleh pihak Humas terkait:

“Tindakan preventif memang bisa dihitung sangat sedikit, karena selama ini tidak ada laporan mengenai bully di sekolah maupun di pondok, tapi tradisi menghargai satu sama lain memang ada, dan pihak pondok juga tidak menyangka akan separah itu”

Hal tersebut menunjukkan bahwa tradisi yang ada di pondok yang diterapkan adalah menghargai satu sama lain. Di sisi lain, adanya *bullying* adalah diluar prediksi dari pondok pesantren. Di sisi lain, terdapat beberapa larangan seperti merokok dan larangan lain yang mengarah pada kenakalan remaja. Adanya kasus pem-bully-an yang disebabkan oleh pemalakan rokok tentunya di luar dari pengawasan pondok pesantren. Meskipun pondok pesantren dengan pro-aktif mengakui hal tersebut sebagai kelalaian.

Menurut Rahayu dkk (2023) sebuah pondok memang seharusnya memiliki tindakan pra-krisis untuk mengatasi hal semacam itu. Dalam kasus ini, tindakan pra krisis seolah tidak dijalankan dengan baik dan hanya melakukan regulasi untuk hukuman dengan tingkat golongan tertentu, meskipun tingkat golongan berat-ringan masih belum ditentukan. Rakhmaniar (2024) mengemukakan bahwa tindakan pra krisis menjadi poin krusial yang banyak terlewat karena sudah adanya SOP yang sesuai standar, baik itu dalam organisasi profit maupun non-profit, namun bukan berarti hal tersebut adalah tindakan yang buruk.

Melihat sudah adanya SOP dan hukuman yang ada di pondok pesantren, namun SOP tersebut tidak bisa mengarah pada hal-hal yang memang di luar kontrol seperti kenakalan santri dalam melanggar aturan hingga memaksa santri lain untuk melanggar juga. Dalam konteks ini, kasus *bullying* hingga merenggang nyawa yang terjadi merupakan sebuah bentuk tindakan yang di luar kuasa dan kontrol dari pihak pondok pesantren meskipun hal tersebut masih termasuk dalam kelalaian yang dilakukan.

2. Krisis (*acute crisis*)

Krisis yang dialami oleh pondok pesantren terjadi ketika adanya santri yang meninggal sebab adanya kasus *bullying* karena adanya premanisme berupa pemalakan rokok. Berikut adalah hal yang diungkapkan oleh pihak Humas Ponpes:

“Setelah adanya peristiwa tersebut, kami memulangkan seluruh santri dan meliburkan sekolah selama dua minggu untuk menyelesaikan krisis”.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pihak pondok pesantren melakukan tindakan untuk meredam konflik yang ada dan memperparah adanya konflik lanjutan yang terjadi. Pemulangan santri ini juga ditujukan untuk mempercepat dan memperbaiki krisis yang ada dengan cara memperbaiki diri. Mengingat adanya santri meninggal di pondok pesantren yang juga memperburuk citra pondok pesantren yang ada terutama di hadapan wali santri yang lain, maka pihak pondok pesantren

juga mengumpulkan para walisantri untuk membicarakan permasalahan tersebut. Berikut adalah wawancara dari humas terkait yang ada:

“Pak Kyai (Pemilik Ponpes), mengumpulkan walisantri pada keesokan hari setelah adanya kejadian itu. Seluruh wali santri dikumpulkan untuk rapat dan dimintai pendapat, terutama yang mengarah pada bagaimana kemauan wali santri agar mereka tetap mempertahankan kepercayaan mereka di pondok pesantren”.

Wawancara tersebut mengarah pada cara pondok pesantren dalam mengatasi konflik yang ada terutama dalam mengembalikan kepercayaan wali santri dari keseluruhan santri yang ada. Hal ini merupakan tindakan pro-aktif dari pihak pesantren dalam mengatasi konflik, dan hal tersebut ditambahkan dengan bagaimana upaya preventif selanjutnya untuk meminimalisir adanya kasus serupa di masa depan.

Tusriyanto dan Basri (2024) menyatakan bahwa tindakan mengumpulkan semua pihak yang terlibat atau berkemungkinan terlibat merupakan tindakan utama yang harus dilakukan ketika konflik terjadi. Hal tersebut sejalan dengan apa yang terjadi di pondok pesantren Al-Quraniyy ini. Langkah tersebut sangat penting karena hal ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang terbuka dan pemahaman yang lebih baik antar pihak. Dalam konteks Pondok Pesantren Al-Quraniyy, langkah ini dapat mempertemukan berbagai perspektif yang ada, baik itu antara pengelola pondok, santri, atau pihak lainnya, sehingga konflik yang terjadi dapat diselesaikan dengan cara yang lebih konstruktif. Mengumpulkan semua pihak memungkinkan masing-masing pihak untuk menyampaikan pendapat, mengklarifikasi masalah, dan mencari solusi bersama. Ini juga membantu mengurangi potensi miskomunikasi atau kesalahpahaman yang sering memperburuk situasi konflik.

Berikut adalah hal yang disampaikan oleh wali santri dan disampaikan oleh pihak Humas ketika wawancara berlangsung:

“Permintaan wali santri itu adalah pengetatan peraturan, pembatasan jam kegiatan, dan penambahan fasilitas pengawasan yang ada di pondok pesantren. Kami juga sudah melakukan hampir keseluruhan semua hal yang diminta oleh wali santri per hari ini,

termasuk mengeluarkan pelaku tersebut dan menyerahkannya pada pihak kepolisian”.

Pihak Humas dari hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa mereka menambahkan bahwa keseluruhan hasil permintaan dari wali santri hampir terpenuhi, hanya beberapa hal yang belum terpenuhi namun masih dalam proses pembangunan. Adanya pembatasan kegiatan dan fasilitas juga termasuk dalam pengetatan pengawasan yang dimiliki oleh pihak pesantren. Permintaan utama wali santri adalah mengeluarkan pelaku dari pondok pesantren dan menyerahkannya kepada pihak kepolisian. Pihak pondok pesantren juga mengakui adanya kelalaian tersebut dan siap dengan semua risiko baik hukum maupun sosial yang ada.

Lababan dkk (2022) mengemukakan bahwa ketika sebuah organisasi baik profit maupun non-profit memiliki masalah yang sudah *ter-blow up* terutama di media sosial, maka cara terbaik adalah melakukan klarifikasi atau mengakui kesalahan yang ada dan menyerahkannya pada pihak yang berwajib atau professional. Dalam kasus ini tindakan yang dilakukan oleh ponpes al-Quraniyy sudah benar karena mengakui kesalahannya dan menyerahkannya pada pihak kepolisian.

Dalam situasi seperti ini, klarifikasi yang terbuka dan pengakuan kesalahan adalah langkah yang penting untuk meredakan ketegangan serta menghindari penyebaran informasi yang lebih buruk di media sosial. Dengan menyerahkan kasus tersebut kepada pihak yang berwenang, pondok pesantren tidak hanya menunjukkan tanggung jawab, tetapi juga memastikan bahwa masalah ditangani secara profesional dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Pendekatan ini juga dapat membantu memperbaiki citra pondok pesantren di mata publik, karena mereka menunjukkan komitmen untuk transparansi dan penyelesaian masalah secara proporsional (Nandang, 2021).

Berikut adalah hasil wawancara tindakan yang dilakukan oleh pondok pesantren mengenai adanya permintaan tersebut:

“Untuk keamanan, kami melakukan pengadaan CCTV aktif sebanyak 70-80 unit, dan masih bertambah untuk beberapa spot potensial per hari ini. Dari pembatasan kegiatan, hal ini hanya mengarah pada kegiatan pondok yang berjalan yakni dari pulang sekolah yang seharusnya ada kegiatan ngaji bilingual, diubah menjadi istirahat. Kegiatan malam setelah makan yang biasanya ada ngaji setelah nahwu-shorof, akhirnya juga dihilangkan terlebih dahulu”.

Hasil wawancara tersebut menemukan bahwa pihak pondok pesantren melakukan pengadaan besar-besaran untuk memenuhi permintaan dari wali santri. Di mana sebelumnya hanya ada 5 CCTV kemudian ditambah menjadi 70an CCTV, di mana hal tersebut 14 kali lebih banyak dari sebelumnya. Di sisi lain, kegiatan pembatasan yang dilakukan dilakukan untuk tujuan menurunkan ketegangan dan stres yang dialami santri ketika melakukan kegiatan pondok pesantren. Di sisi lain, pembatasan kegiatan tersebut juga ditujukan untuk penurunan kejenuhan santri selama belajar.

Di sisi lain, pihak Humas juga mengatakan bahwa pondok pesantren juga mendirikan pos satpam yang menyediakan semua informasi yang dimiliki mengenai keamanan santri dan juga distribusi informasi mengenai kiriman dari orang tua santri, di mana pos satpam sebelumnya mengarah pada pos satpam yang masih terbuat dari kayu saja. Di sisi lain, pembangunan gerbang utama di sekolah terutama pondok putra juga menjadi salah satu permintaan wali santri agar santri lebih terkontrol oleh pihak pondok pesantren.

Putera dan Indahdewi (2025) menjelaskan bahwa penambahan fasilitas yang ada dan pengetatan keamanan yang ditujukan untuk meredakan krisis bisa menjadi solusi aktif bagi sebuah organisasi. Hal itu juga yang dilakukan oleh pihak ponpes ketika krisis berlangsung. Dalam situasi krisis, peningkatan fasilitas dan keamanan tidak hanya bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi pihak internal seperti santri dan pengelola, tetapi juga untuk memastikan bahwa lingkungan tetap kondusif bagi penyelesaian masalah. Dengan langkah tersebut, pondok pesantren dapat mengurangi potensi eskalasi konflik dan meningkatkan kontrol atas situasi, sekaligus menunjukkan kepada publik bahwa mereka berkomitmen

untuk menangani masalah dengan serius dan profesional. Pengetatan keamanan juga memberi pesan bahwa pihak pondok pesantren berusaha melindungi semua pihak yang terlibat, sehingga dapat meminimalisir risiko lebih lanjut dan membantu meredakan ketegangan yang ada.

3. Pascakrisis (*post-crisis*)

Tahap pascakrisis adalah periode setelah krisis berhasil diatasi. Fokus utama pada tahap ini adalah pemulihan organisasi, baik secara operasional maupun reputasi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui informasi sebagai berikut dari pihak Humas:

“Kami saat ini masih fokus kembali di media sosial dan juga di prestasi, baik akademik maupun non akademik”

Langkah yang dilakukan oleh pondok pesantren tersebut didasarkan pada kekuatan media sosial dalam menyebarkan informasi. Di sisi lain, media sosial jugalah yang menjadi awal persebaran konflik yang ada, di mana hal tersebut digunakan untuk meningkatkan nama baik pondok pesantren kembali. Berikut adalah hasil wawancara mengenai hal-hal yang dilakukan di media sosial oleh pihak pondok pesantren:

“Untuk media sosial kami pakainya Instagram, semenjak kasus itu viral, kami membatasi komentar di Instagram dan fokus pada postingan prestasi dan kegiatan pondok pesantren saja. Kami juga berusaha untuk mengikuti banyak lomba yang memungkinkan untuk menghasilkan prestasi bagi sekolah atau pondok pesantren. Di mana nantinya prestasi tersebut dapat dipublikasikan semaksimal mungkin”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa hal yang dilakukan oleh pondok pesantren adalah hal yang benar, di mana mengingat besarnya pengaruh media sosial. Dengan membatasi komentar yang ada, citra pesantren di media sosial masih bisa ditahan meskipun hanya pada laman atau postingan utama dari pihak pondok pesantren. Di sisi lain, fokus pada pondok pesantren pada prestasi santri atau siswa sekolah juga menjadi poin tambahan untuk meningkatkan citra ponpes setelah adanya krisis sebelumnya.

Dewiyana dkk (2023) membatasi dari media sosial dengan tidak melakukan konfirmasi berlebihan dan juga membatasi organisasi di sosial media terutama membatasi komentar serta fokus pada penampilan prestasi di media sosial juga menjadi salah satu solusi untuk mengurangi dampak yang terjadi setelah adanya krisis. Hal tersebut terjadi karena setelah terjadi krisis, media sosial seringkali menjadi tempat penyebaran informasi yang cepat, tetapi juga rentan terhadap spekulasi, opini negatif, dan komentar yang dapat memperburuk situasi. Dengan membatasi konfirmasi berlebihan, komentar publik, serta fokus pada prestasi positif, pondok pesantren dapat mengontrol narasi yang berkembang, menjaga citra organisasi, dan meminimalisir eskalasi permasalahan. Fokus pada pencapaian dan kegiatan positif di media sosial juga membantu menggiring perhatian publik ke arah yang lebih konstruktif dan memberikan pesan bahwa pihak pondok pesantren tetap berkomitmen untuk menjalankan misinya dengan baik meskipun tengah menghadapi krisis.

BAB IV

ANALISIS INTERVENSI MANAJEMEN KRISIS PONDOK PESANTREN AL-QURANIYY AZ-ZAYADIYY GROGOL

Kasus yang terjadi pada pondok pesantren al-quraniyy az-zayadiyy Grogol dalam penelitian ini menggunakan pendekatan teori dari Kasali (2019) karena dalam kasus yang terjadi terdapat tahap isolasi yakni memulangkan santri. Berikut adalah hasil analisis dalam setiap tahapan yang terjadi pada pondok pesantren:

A. Tahap Identifikasi

Humas Pondok Pesantren Az-Zayadiyy membuat program dan telah menerapkan berbagai langkah untuk mengidentifikasi perilaku *bullying* yang terjadi di lingkungan santri. Identifikasi ini dilakukan sebagai tahap awal sebelum menentukan strategi pencegahan dan penanganan yang efektif. Salah satu pendekatan utama yang digunakan adalah observasi langsung oleh pengasuh dan ustaz yang bertugas dalam keseharian santri. Dimana humas mengkomunikasikan, menghimbau kepada para ustadz yang bertugas bahwa dengan sistem pemantauan ini, setiap indikasi perilaku yang mengarah pada *bullying* dapat segera dikenali dan dicatat sebagai bahan evaluasi lebih lanjut.

Selain observasi langsung, Humas Ponpes Az-Zayadiyy juga menerapkan sistem pelaporan berbasis santri. Dalam sistem ini, Humas mengkomunikasikan kepada para santri yang mengalami atau menyaksikan tindakan *bullying* didorong untuk melaporkan kejadian tersebut kepada pihak pengasuh atau dewan guru. Pelaporan ini dapat dilakukan secara terbuka maupun anonim untuk melindungi pelapor dari potensi intimidasi. Dengan adanya mekanisme ini, pihak pesantren dapat mengidentifikasi pola perilaku *bullying* yang mungkin terjadi secara berulang dan mengambil langkah penanganan yang sesuai.

Humas Pondok Pesantren Az-Zayadiyy juga telah mengumumkan dan mengkomunikasikan kepada wali santri dan pihak eksternal di dalam jaringan media sosial dimana telah membuat program dan menerapkan berbagai metode dalam mengidentifikasi permasalahan *bullying* di lingkungan santri, seperti

observasi, pelaporan berbasis santri, serta keterlibatan wali santri. Namun, meskipun berbagai langkah tersebut telah dilakukan, masih terdapat kekurangan dalam tahap identifikasi krisis yang dapat menghambat efektivitas pencegahan dan penanganan masalah secara menyeluruh. Salah satu kendala utama adalah kurangnya sistem deteksi dini yang lebih proaktif dalam mengenali potensi konflik dan tekanan psikologis yang dialami santri sebelum menjadi masalah yang lebih besar.

Selain itu, sistem pelaporan yang diterapkan ada pada Ponpes Az-Zayadiyy masih memiliki keterbatasan dalam hal keefektifan dan aksesibilitas. Meskipun telah tersedia mekanisme pelaporan anonim dan berbasis digital, banyak santri yang enggan melaporkan kejadian bullying atau konflik karena kurangnya jaminan perlindungan bagi pelapor. Beberapa santri mungkin merasa takut terhadap konsekuensi sosial jika mereka melaporkan pelaku, terutama jika pelaku merupakan sosok yang dominan di lingkungan pondok. Ketidakefektifan sistem pelaporan ini menyebabkan banyak kasus yang tidak terungkap, sehingga proses identifikasi krisis menjadi tidak optimal.

Kekurangan lain yang ditemukan dalam identifikasi krisis di Ponpes Az-Zayadiyy adalah kurangnya analisis berbasis data yang dapat membantu memahami pola kejadian bullying atau konflik di lingkungan santri. Meskipun survei telah dilakukan, data yang dikumpulkan masih bersifat deskriptif tanpa adanya analisis mendalam untuk menemukan akar permasalahan yang lebih kompleks. Dengan tidak adanya sistem pencatatan yang sistematis dan berbasis data, pesantren mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi tren jangka panjang dari permasalahan sosial yang terjadi, sehingga strategi pencegahan yang diterapkan menjadi kurang tepat sasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Isnawati dan Yunita (2024) bisa menjadi sebuah contoh, di mana pondok pesantren telah mengimplementasikan berbagai tindakan untuk mengidentifikasi dan mencegah perilaku bullying di kalangan santri. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah pembentukan "Pojok Konseling" sebagai sarana bagi santri untuk mengidentifikasi masalah dan mencari solusi terkait bullying. Program ini melibatkan kelompok sebaya

yang berperan dalam memberikan dukungan dan konseling kepada sesama santri, sehingga dapat menurunkan jumlah kasus bullying secara signifikan.

Selain itu, penelitian di Pondok Pesantren Terpadu Serambi Makkah Sungai Bahar Muaro Jambi oleh Khasanah dkk (2023) mengidentifikasi tingkat perilaku pelaku bullying melalui pendekatan kuantitatif deskriptif. Studi ini menemukan bahwa perilaku bullying di kalangan santri berada pada kategori sedang, dengan bentuk bullying fisik dan nonfisik yang cukup dominan. Hasil ini menekankan pentingnya identifikasi dini dan intervensi yang tepat untuk mencegah eskalasi perilaku bullying di lingkungan pesantren.

Kedua penelitian tersebut seharusnya bisa menjadi contoh bagi pondok pesantren dalam menjalankan identifikasi terutama dalam kasus *bully* yang ada di pondok pesantren, atau bahkan bisa dikembangkan untuk identifikasi kasus lain yang berkemungkinan menimbulkan konflik atau krisis bagi institusi.

Langkah yang dilakukan oleh pihak pondok pesantren sendiri selaras dengan teori dari Sellnow dan Seeger (2021) dalam “*Theorizing Crisis Communication*”, sebuah organisasi yang menghadapi krisis (seperti kasus bullying) perlu melakukan langkah-langkah strategis untuk memulihkan citranya, salah satunya dengan melakukan respons cepat dan terbuka, serta komunikasi yang transparan. Dalam konteks ini, Pondok Pesantren Az-Zayadiyy sudah melakukan beberapa upaya identifikasi melalui observasi langsung dan sistem pelaporan. Namun, untuk memulihkan atau memperbaiki citra organisasi, pesantren perlu memperkuat mekanisme pelaporan dan menjamin perlindungan bagi pelapor. Tanpa adanya jaminan ini, pelapor dapat merasa terancam, yang bisa memperburuk citra pesantren dan mengurangi kepercayaan masyarakat.

Pengelolaan komunikasi yang efektif sangat penting dalam memulihkan citra organisasi setelah krisis. Fombrun (2018) dalam bukunya *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image* menyatakan bahwa komunikasi yang transparan dan cepat dalam merespons krisis dapat memengaruhi bagaimana persepsi publik terhadap organisasi tersebut. Untuk Pondok Pesantren Az-Zayadiyy, komunikasi yang terbuka mengenai kebijakan anti-

bullying dan upaya yang telah dilakukan untuk menangani masalah ini dapat sangat berperan dalam mengembalikan citra positif. Selain itu, mengajak seluruh komunitas pesantren untuk berkomitmen pada upaya pencegahan bullying, melalui berbagai kegiatan konseling dan pendampingan, dapat meningkatkan citra positif.

Adapun dalam hasil penelitian di tahap identifikasi, apa yang sudah dilakukan oleh seorang *public relation* atau humas dalam membuat program baru mempunyai tujuan dalam pengembalian citra lembaga, akan tetapi masih ada kekurangan dalam perlindungan terhadap seorang pengadu secara kompleks yang letak pelaporannya ada pada program pelaporan berbasis santri, tapi hal ini selalu senantiasa di komunikasikan oleh para santri dan wali santri agar mempunyai tujuan yang kuat dalam menekan indikasi bullying atau premanisme di ponpes. peneliti menemukan data dari wawancara humas dan lapangan setiap program yang ada pada tahap identifikasi ini seluruhnya sudah dikomunikasikan oleh pihak humas juga kepada para walisantri dan pihak eksternal, dimana publikasinya mengarah pada media sosial ponpes

B. Tahap Isolasi

Adapun humas atau *public relation* Ponpes Az-Zayadiyy mengumumkan keputusan resmi dari ponpes untuk memulangkan seluruh santri setelah terjadinya krisis dapat dipahami sebagai bentuk isolasi, salah satu tahapan yang dijelaskan oleh Kasali (2019) dalam teori manajemen krisis. Isolasi adalah tindakan yang diambil untuk memisahkan individu atau kelompok dari situasi yang menimbulkan ancaman, dengan tujuan untuk meredakan dampak negatif yang lebih besar. Dalam konteks ini, Ponpes Az-Zayadiyy memilih untuk mengisolasi santri dari lingkungan pesantren untuk memberi kesempatan bagi mereka untuk memulihkan diri secara psikologis dan sosial setelah krisis yang terjadi.

Pengumuman keputusan ini juga bisa menimbulkan pro dan kontra dalam proses penanganan krisis. Pada satu sisi, pemulangan santri memberikan ruang bagi mereka untuk jauh dari tekanan dan dampak langsung dari peristiwa yang telah terjadi, yang memungkinkan mereka untuk merenung dan mencari

ketenangan. Proses ini dapat diartikan sebagai langkah awal untuk menghentikan perputaran krisis yang semakin memburuk di lingkungan pesantren. Isolasi semacam ini bertujuan untuk menghindari eskalasi konflik lebih lanjut dan memberi waktu untuk merencanakan solusi yang lebih matang.

Namun, di sisi lain, pengumuman isolasi yang dilakukan oleh humas dengan memulangkan santri juga dapat menimbulkan dampak negatif yang tidak diinginkan. Menurut Kasali (2019), isolasi seharusnya tidak hanya dilakukan untuk memberikan jarak fisik, tetapi juga untuk memberikan ruang bagi proses pemulihan psikologis dan sosial yang lebih terarah. Dalam hal ini, keputusan untuk memulangkan santri tanpa adanya dukungan konseling atau pendampingan lebih lanjut justru berisiko memperburuk kondisi mental mereka. Santri yang kembali ke rumah tanpa adanya pengawasan atau pendampingan profesional mungkin merasa lebih terisolasi dan tidak mendapat bantuan yang mereka butuhkan untuk mengatasi dampak krisis.

Isolasi yang dilakukan dengan memulangkan santri juga dapat menimbulkan ketidakpastian dan kecemasan. Bagi banyak santri, kembali ke rumah tanpa adanya penjelasan yang jelas mengenai situasi yang sedang terjadi di pesantren dapat menyebabkan kebingungan dan ketakutan lebih lanjut. Dalam perspektif Kasali (2019), isolasi harus dilakukan dengan komunikasi yang efektif dan penyampaian informasi yang transparan agar tidak memperburuk kondisi psikologis yang sudah rapuh akibat krisis. Tanpa adanya komunikasi yang jelas, santri bisa merasa terpinggirkan dan tidak mendapat tempat untuk mengungkapkan perasaan mereka.

Akan tetapi, pengumuman publikasi keputusan yang dilakukan oleh humas Ponpes Az-Zayadiyy yang telah disepakati juga oleh pihak pengasuh ponpes untuk memulangkan seluruh santri setelah terjadinya krisis, diikuti dengan mengumpulkan wali santri secara offline yang diundang melalui grup whatsapp untuk rapat offline atau pertemuan tatap muka untuk membahas mengenai langkah selanjutnya, mencerminkan tindakan yang lebih holistik dalam menghadapi krisis. Pemulangan santri dapat dipandang sebagai langkah awal untuk mengurangi ketegangan di lingkungan pesantren yang bisa

memperburuk kondisi psikologis mereka. Ketika santri dipulangkan, mereka diberi ruang untuk beristirahat dan meresapi keadaan sebelum melanjutkan aktivitas keagamaan dan pendidikan mereka. Tindakan ini juga memberi kesempatan bagi pihak pesantren untuk mengevaluasi situasi dan merencanakan langkah-langkah yang lebih strategis dalam mengatasi krisis.

Mengumpulkan wali santri untuk rapat merupakan langkah yang sangat penting dalam konteks pengelolaan krisis. Rapat tersebut bukan hanya sekedar untuk memberi penjelasan tentang apa yang terjadi di pesantren, tetapi juga untuk menyusun rencana yang lebih matang mengenai bagaimana menangani dampak krisis ini. Dengan melibatkan wali santri, pesantren dapat menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan transparan, serta mengurangi potensi kecemasan yang mungkin timbul di kalangan orang tua. Keputusan untuk melibatkan wali santri juga mencerminkan upaya untuk mengintegrasikan keluarga dalam proses pemulihan, yang dalam banyak kasus dapat memberikan dukungan sosial yang sangat dibutuhkan oleh santri.

Dalam konteks manajemen krisis, isolasi merupakan langkah penting untuk mengurangi risiko dan dampak negatif yang mungkin timbul akibat krisis tersebut. Dengan memulangkan santri, pihak pondok pesantren dapat memastikan bahwa mereka tidak terpapar langsung dengan situasi yang tidak menentu dan berpotensi membahayakan. Langkah ini juga memungkinkan pihak pondok pesantren untuk fokus pada penanganan krisis tanpa harus memikirkan kesejahteraan santri secara langsung. Dengan demikian, sumber daya dan perhatian dapat dialokasikan untuk mengatasi masalah utama yang menyebabkan krisis tersebut.

Selain itu, memulangkan santri dapat menjadi strategi untuk mengurangi kepanikan dan ketidakpastian di lingkungan pondok pesantren. Dengan tidak adanya santri, pihak pengelola dapat lebih leluasa dalam mengambil keputusan dan tindakan yang diperlukan untuk mengatasi krisis tanpa harus mempertimbangkan dampaknya terhadap santri.

Coombs dkk (2019) dan Lee (2020) menekankan pentingnya pendekatan proaktif dan holistik dalam menghadapi krisis. Dalam tulisannya juga

menekankan bahwa keberhasilan dalam mengembalikan citra organisasi sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk menunjukkan empati, bertindak transparan, dan melibatkan pihak terkait dalam proses pemulihan. Dalam konteks Ponpes Az-Zayadiyy, keputusan untuk mengumpulkan wali santri dan memberikan penjelasan tentang situasi krisis adalah contoh penerapan pendekatan ini. Selain itu, ada juga fokus pada strategi komunikasi digital dalam pengembalian citra, yang dalam kasus Ponpes Az-Zayadiyy melibatkan penggunaan platform Instagram yang ditujukan untuk masyarakat luas, di sisi lain hal ini hanya dibatasi pada postingan mengenai kegiatan dan prestasi ponpes dan sekolah dengan tetap mematikan kolom komentar. Strategi komunikasi digital ini bisa menjadi komponen penting dalam memastikan pesan yang konsisten dan transparan disampaikan.

Dari temuan penelitian ini humas sudah melakukan usaha mempertahankan citra dan mengembalikan citra, peneliti mendapatkan data yang ada pada tahap isolasi yang dilakukan oleh *public relation* atau humas dalam mengkomunikasikan isolasi yang juga di publikasi di media sosial resmi ponpes yang mengarah pada platform Instagram ponpes, yakni berupa pemulangan santri tanpa ada komunikasi yang jelas saat krisis terjadi dan pengumuman undangan offline tatap muka kepada para wali santri guna melakukan komunikasi terbuka atau transparansi komunikasi saat krisis terjadi. merupakan usaha baik dalam mempertahankan citra maupun mengembalikan citra yang sedang terpuruk, dimana para walisntri memberikan masukan masukan untuk kedepannya, langkah ini efektif karena mengarah kepada pemulangan santri atau isolasi yang dimana para santri ini tidak terpapar langsung dengan situasi yang tidak menentu dan berpotensi membahayakan karena pada saat krisis terjadi banyak media berita, wartawan berdatangan, sehingga Ketika diberikan pertanyaan pertanyaan mengenai krisis yang terjadi takut tidak sesuai data atau kurangnya ke valid tan data yang ada, ataupun kebingungan dalam menyampaikan data yang terjadi.

C. Tahap Pemetaan Internal-Eksternal

Humas atau *public relation* melakukan usaha pengembalian citra di dalam kasus yang terjadi, menggunakan pemetaan internal dan eksternal Pondok Pesantren Az-Zayadiyy. dimana setelah krisis membuat upaya strategis untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi kondisi pesantren serta ekspektasi dari pihak luar, terutama wali santri. Pemetaan internal fokus pada kondisi internal pesantren, seperti manajemen, fasilitas, kurikulum, serta aspek keamanan dan kesehatan yang perlu diperbaiki pasca krisis ini yang diminta oleh pihak eksternal dimana yang dimaksud adalah walisantri. Pihak pesantren mengidentifikasi potensi kelemahan yang mungkin mempengaruhi kelancaran operasional pesantren, serta mencari cara untuk memperbaiki dan mengoptimalkan kinerja internal, terutama dalam situasi yang penuh tantangan seperti krisis yang terjadi.

Sementara itu, pemetaan eksternal berfokus pada hubungan pesantren dengan pihak luar, dalam hal ini, wali santri. Dengan mengumpulkan wali santri dan mendengarkan pendapat serta keinginan mereka, pesantren dapat lebih memahami kekhawatiran dan harapan yang ada di masyarakat terkait keberlanjutan pendidikan dan keamanan di pesantren. Pemetaan eksternal ini berperan penting dalam menciptakan komunikasi dua arah yang jelas, yang tidak hanya memperlihatkan transparansi dari pihak pesantren tetapi juga menunjukkan komitmen pesantren untuk merespons kebutuhan dan harapan orang tua terhadap pendidikan dan keselamatan anak-anak mereka.

Dinamikanya terletak pada bagaimana humas atau *public relation* pesantren mampu menyelaraskan hasil pemetaan internal dan eksternal. Dalam pertemuan dengan wali santri, seorang humas atau *public relation* pesantren tidak hanya mendengarkan, tetapi juga berusaha untuk menjelaskan kondisi yang terjadi, langkah-langkah yang telah diambil, dan rencana pemulihan yang dilakukan. Hal ini menciptakan dialog yang konstruktif dan memperkuat hubungan antara pesantren dengan wali santri. Dengan cara ini, pesantren dapat memperoleh dukungan moral dan praktis dari orang tua, yang sangat penting untuk kelangsungan operasional pesantren setelah krisis.

Pentingnya pemetaan internal-eksternal terlihat dari bagaimana lembaga pesantren dapat merespons secara lebih adaptif terhadap tekanan dari luar dan permasalahan yang ada di dalam. Pemetaan internal membantu pesantren untuk menyadari area yang perlu diperbaiki, sedangkan pemetaan eksternal mengingatkan pesantren terhadap tuntutan masyarakat yang lebih luas. Kedua pemetaan ini membantu pesantren untuk menjaga keseimbangan antara pengelolaan internal yang sehat dan kebutuhan masyarakat yang berubah-ubah. Menerima umpan balik dari wali santri menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya memperbaiki dirinya sendiri tetapi juga menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

Melalui integrasi antara pemetaan internal dan eksternal, pesantren dapat merumuskan langkah-langkah pemulihan yang komprehensif dan realistis. Misalnya, jika wali santri mengkhawatirkan keselamatan dan kesehatan di pesantren, maka pesantren dapat segera mengimplementasikan protokol kesehatan yang lebih ketat serta meningkatkan pengawasan terhadap fasilitas yang ada. Selain itu, jika wali santri menginginkan peningkatan kualitas pendidikan, pesantren dapat melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap kurikulum atau pengajaran yang ada. Semua ini merupakan bentuk respons terhadap pemetaan yang telah dilakukan, yang memungkinkan pesantren bertindak lebih cepat dan tepat.

Dalam literatur manajemen krisis, pemetaan internal dan eksternal dianggap sebagai langkah penting dalam proses pemulihan. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Nuraenun (2024), strategi manajemen krisis yang efektif melibatkan komunikasi terbuka dengan masyarakat dan pemahaman terhadap kebutuhan mereka. Pendekatan ini sejalan dengan upaya Pondok Pesantren Az-Zayadiyy dalam mengumpulkan wali santri untuk mendengarkan pendapat dan keinginan mereka pasca krisis.

Pemetaan internal dan eksternal yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Az-Zayadiyy setelah krisis sangat relevan dengan Teori Pemulihan Citra atau *Image Repair Theory* yang dikembangkan oleh William Benoit (2015). Teori ini mengemukakan berbagai strategi yang digunakan oleh organisasi untuk

mempertahankan atau memperbaiki citra mereka setelah mengalami kerusakan. Dalam konteks Pondok Pesantren Az-Zayadiyy, pemetaan internal yang berfokus pada perbaikan manajemen, fasilitas, kurikulum, serta keamanan dan kesehatan setelah krisis dapat dilihat sebagai bentuk dari *Corrective Action*. Ini menunjukkan bahwa pesantren berusaha untuk memperbaiki situasi dan mencegah masalah serupa terulang di masa depan. Di sisi eksternal, pertemuan dengan wali santri yang dilakukan oleh pesantren untuk mendengarkan pendapat serta harapan mereka mencerminkan strategi *Mortification* dan *Reducing Offensiveness* dari teori manajemen krisis William Benoit (2015). Pesantren berusaha mengakui kekhawatiran wali santri dan mengurangi dampak negatif dengan menunjukkan komitmen untuk memperbaiki situasi dan memenuhi ekspektasi mereka, seperti yang terlihat dari langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kualitas pendidikan dan protokol kesehatan.

Upaya humas atau *public relation* dalam membuat upaya integrasi antara pemetaan internal dan eksternal ini menghasilkan tindakan nyata berdasarkan umpan balik dari wali santri, yang merupakan penerapan lebih lanjut dari strategi *Corrective Action* dan *Mortification* yang juga merupakan tahapan teori manajemen krisis dari Towner (2009). Pesantren tidak hanya mengakui masalah yang ada, tetapi juga mengambil langkah konkret untuk memperbaiki kondisi yang telah tercoreng, seperti meningkatkan fasilitas dan kualitas pengajaran (Towner, 2009). Pendekatan yang digunakan oleh Pondok Pesantren Az-Zayadiyy ini sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen krisis yang menekankan pentingnya komunikasi terbuka, pengakuan atas kesalahan, serta tindakan perbaikan yang nyata untuk membangun kembali kepercayaan publik. Dengan demikian, peneliti memberikan pendapat akan kinerja humas atau *public relation* dalam upaya pengembalian citra pesantren dimana seorang humas dapat mengelola krisis dengan lebih efektif dan memulihkan reputasinya, serta menjaga hubungan yang lebih baik dengan wali santri dan masyarakat luas.

D. Tahap Pemilihan Strategi

Pemilihan strategi dalam krisis yang terjadi, Sebagian besar dilakukan oleh pihak Humas. Hal-hal yang dilakukan oleh Humas adalah mengidentifikasi sebagaimana yang ada pada tahap pertama dilakukan. Humas kemudian melakukan perencanaan dan eksekusi langsung sebagaimana dilakukan pada tahap isolasi, dan juga pada pemetaan internal-eksternal dengan mengumpulkan data yang diinginkan oleh pihak eksternal.

Tindakan Pondok Pesantren Az-Zayadiyy yang diwakilkan humas atau *public relation* dalam meng audit komunikasi, mempublikasi di jaringan media sosial komunikasi yang disini pada platform intagram maupun grup whatsapp Lembaga internal dan eksternal mengarah pada mengumpulkan orang tua santri dan meminta pendapat mereka mengenai krisis yang terjadi, serta langkah-langkah seperti memasang lebih dari 70 unit CCTV, pembatasan agenda tertentu, penambahan pos jaga, dan pembatasan akses santri, menunjukkan penerapan strategi adaptif yang sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen krisis yang disampaikan oleh Kasali (2019). Dalam teori manajemen krisis, strategi adaptif merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang muncul secara fleksibel dan responsif, guna mempertahankan kelangsungan operasionalnya dan meminimalkan dampak negatif krisis. Dalam hal ini, pihak Humas mengimplementasikan langkah-langkah yang secara langsung berusaha merespons dan mengatasi berbagai permasalahan yang timbul akibat krisis yang melibatkan kekerasan dan bahkan kehilangan nyawa salah satu santri.

Langkah pertama yang menunjukkan bahwa Tindakan yang diambil oleh humas atau *public relation* tersebut merupakan bagian dari strategi adaptif adalah pengumpulan wali santri dan mendengarkan pendapat serta keinginan mereka. Menurut Kasali (2019), dalam mengelola krisis, penting bagi organisasi untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan semua pemangku kepentingan untuk memahami kebutuhan mereka dan menciptakan solusi yang dapat diterima oleh semua pihak. Dengan meminta masukan dari orang tua santri, pesantren tidak hanya menunjukkan kepedulian terhadap keamanan dan

kenyamanan anak-anak mereka, tetapi juga berusaha untuk beradaptasi dengan kekhawatiran mereka. Pendekatan ini memperlihatkan keterbukaan pesantren dalam menerima kritik serta saran dan menunjukkan kesiapan untuk berubah sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Pemasangan lebih dari 70 unit CCTV oleh pihak ponpes Al Qur'an Az-Zayadiyy yang di komunikasikan internal-eksternal oleh humas ponpes juga merupakan langkah penting dalam strategi adaptif. Keputusan ini mencerminkan upaya pesantren untuk memperbaiki sistem pengawasan dan memastikan keselamatan santri setelah kejadian krisis yang melibatkan kekerasan fatal. Dalam konteks strategi adaptif, pemasangan CCTV bisa dipandang sebagai respons terhadap ketidakamanan yang terjadi sebelumnya. Kasali (2019) mengemukakan bahwa dalam menghadapi krisis, suatu organisasi perlu mengambil langkah-langkah yang bisa meningkatkan kontrol dan keamanan internal. CCTV memberikan pesantren kemampuan untuk memantau aktivitas di berbagai area secara real-time, serta memberikan rasa aman kepada santri dan orang tua.

Pembatasan agenda-agenda tertentu yang disarankan oleh Humas dan dijalankan oleh pihak Ponpes juga merupakan langkah adaptif yang penting. Dalam keadaan krisis, mengurangi kegiatan yang berisiko tinggi atau yang berpotensi menimbulkan konflik lebih lanjut adalah langkah yang sangat tepat. Dengan mengidentifikasi dan mengurangi kegiatan yang dapat memicu ketegangan atau kekerasan, pesantren berupaya untuk menjaga stabilitas dalam lingkungan internal. Kasali (2019) menekankan bahwa organisasi yang mampu beradaptasi dengan mengurangi atau mengalihkan kegiatan tertentu untuk meredakan ketegangan sosial dan psikologis, dapat lebih mampu mengendalikan dampak krisis. Dalam hal ini, pembatasan agenda merupakan langkah untuk memastikan bahwa santri tetap aman dan terhindar dari potensi bahaya.

Humas juga mengambil saran dari pihak Eksternal yakni orang tua santri untuk menambah pos jaga dan membatasi akses santri juga merupakan strategi adaptif yang menunjukkan bahwa pesantren sedang berusaha untuk

memperketat pengamanan dan kontrol di area-area kritis. Pos jaga tambahan memungkinkan pesantren untuk meningkatkan pengawasan di berbagai titik yang lebih rawan, sementara pembatasan akses santri bisa mencegah terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan. Langkah-langkah ini sesuai dengan prinsip adaptasi yang diungkapkan oleh Kasali (2019), yang menyarankan penguatan kontrol dan pengawasan sebagai bagian dari strategi pemulihan krisis. Dalam krisis yang melibatkan kekerasan fisik dan ancaman terhadap keselamatan, memperketat pengamanan internal adalah langkah yang sangat diperlukan untuk menjaga kestabilan pesantren dan memberikan rasa aman kepada seluruh civitas.

Selanjutnya, strategi adaptif yang diterapkan oleh pesantren dan sudah tersiar di media sosial resmi ponpe juga memperlihatkan bahwa mereka tidak hanya bertindak reaktif, tetapi juga proaktif dalam mengidentifikasi potensi krisis lebih lanjut. Melalui langkah-langkah tersebut, pesantren mempersiapkan diri untuk mengurangi risiko terjadinya kekerasan serupa di masa depan, dengan memperketat kontrol terhadap aktivitas yang dilakukan oleh santri serta meningkatkan pengawasan di seluruh area pesantren. Kasali (2019) menyebutkan bahwa strategi adaptif bukan hanya bertindak berdasarkan kejadian yang sudah terjadi, tetapi juga mencakup langkah-langkah preventif untuk mencegah krisis yang lebih besar. Dengan mempersiapkan langkah-langkah ini, pesantren tidak hanya merespons krisis yang sudah terjadi, tetapi juga mempersiapkan masa depan yang lebih aman dan stabil.

Dalam hal ini peneliti memberikan pendapat terhadap keseluruhan langkah yang diambil oleh humas atau *public relation* serta Lembaga Ponpes Az zayadiyy dalam menanggapi krisis yang terjadi menunjukkan kematangan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi adaptif. Dengan menggabungkan upaya komunikasi yang intens dengan wali santri dan pihak eksternal yang terpublikasi di media sosial resmi ponpes, yakni adanya peningkatan sistem pengawasan, pembatasan kegiatan berisiko, serta memperkuat keamanan internal, pihak humas atau *public realtion* menerima

respon cepat untuk improve di dalam pesantren yang berusaha untuk menghadapi tantangan yang ada dengan cara yang lebih sistematis dan terorganisir. Ini sesuai dengan pendapat Kasali (2019) yang menekankan bahwa dalam menghadapi krisis, penting untuk mengintegrasikan berbagai langkah adaptasi yang saling mendukung, baik dalam aspek manajerial, operasional, maupun sosial

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relation* Pondok Pesantren Al-Quraniyy Az-Zayadiyy Grogol dalam mengembalikan citra pondok pesantren dapat dilihat dari proses identifikasi perilaku *bullying* telah dilakukan melalui program observasi langsung, sistem pelaporan berbasis santri, keterlibatan wali santri, dan publikasi komunikasi media sosial resmi ponpes namun masih menghadapi kendala seperti kurangnya deteksi dini yang proaktif, minimnya perlindungan bagi pelapor, serta tidak adanya analisis berbasis data untuk memahami pola kejadian *bullying*. Dalam menghadapi krisis akibat *bullying*, humas pesantren menjalankan respon cepat dan diresmikan oleh pihak pesantren untuk memulangkan santri agar mengurangi dampak psikologis dan sosial, sambil mengevaluasi sistem manajemen, fasilitas, kurikulum, serta aspek keamanan dan kesehatan. Selain itu, humas pesantren dan stakeholder pesantren mengadakan pertemuan dengan wali santri untuk membangun komunikasi yang lebih transparan dan melibatkan keluarga dalam proses pemulihan kepercayaan. Pemetaan internal dan eksternal di ponpes yang telah dilakukan humas untuk memahami kondisi pesantren serta ekspektasi wali santri dan masyarakat. Meskipun strategi yang diterapkan sudah sistematis, masih diperlukan penguatan dalam deteksi dini, perlindungan pelapor, dan dukungan psikologis berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dan menciptakan perubahan jangka panjang. Manajemen krisis yang dilakukan oleh pondok pesantren masih berfokus pada pengembalian citra terutama untuk walisantri dan juga untuk masyarakat umum.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran untuk beberapa pihak, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya

- a. Meneliti efektivitas sistem deteksi dini dalam mengidentifikasi dan mencegah bullying di pesantren.
 - b. Melakukan studi komparatif antara humas pesantren, lembaga pesantren yang telah menerapkan sistem deteksi dini dengan yang belum untuk menemukan strategi terbaik dalam pencegahan bullying.
 - c. Mengeksplorasi penggunaan teknologi dalam pencegahan bullying, seperti aplikasi pelaporan anonim atau analisis data berbasis AI.
 - d. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan santri, wali santri, dan pengelola pesantren untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan sistem anti-bullying.
2. Pihak Pondok Pesantren
- a. Memperkuat sistem deteksi dini dengan melatih pengasuh dan santri dalam mengenali tanda-tanda awal bullying.
 - b. Membentuk tim khusus yang menangani kasus bullying secara cepat dan efektif.
 - c. Menerapkan sistem pelaporan yang lebih aman, seperti kotak pengaduan anonim atau hotline konseling yang menjamin kerahasiaan pelapor.
 - d. Menyediakan layanan pendampingan psikologis secara berkala untuk santri yang terdampak.
 - e. Mengadakan program edukasi anti-bullying yang melibatkan santri, wali santri, dan tenaga pendidik.
 - f. Membangun lingkungan pesantren yang lebih aman, mendukung, dan kondusif bagi perkembangan santri.
3. Pihak humas atau public realtion Pondok Pesantren
- a. Peningkatan proaktifitas dalam deteksi dini mengarah pada peningkatan pelatihan, humas perlu mendorong dan memfasilitasi pelatihan bagi pengasuh dan santri dalam mengenali tanda-tanda awal bullying. pelatihan ini harus dilakukan pakar di bidang psikologi dan konseling.

- b. Pengembangan sistem deteksi dini, Humas perlu berperan aktif dalam mengembangkan sistem deteksi dini yang lebih proaktif. Sistem ini bisa melibatkan pemantauan rutin di lingkungan pondok, penggunaan platform digital untuk pelaporan anonim, atau analisis data berbasis AI untuk mengidentifikasi pola perilaku bullying.
- c. Peningkatan transparansi dan komunikasi, informasi terbuka Humas harus menjadi garda terdepan dalam memberikan informasi yang transparan dan terbuka kepada wali santri dan masyarakat. Informasi mengenai kebijakan anti-bullying, tindakan yang diambil untuk mengatasi kasus, dan perkembangan penanganan kasus harus disampaikan secara jelas dan mudah dipahami.
- d. Keterlibatan wali santri. Humas perlu terus membangun komunikasi yang erat dengan wali santri, dengan melibatkan mereka dalam setiap langkah penanganan kasus dan proses pemulihan citra. Humas bisa mengadakan pertemuan rutin, forum diskusi online, atau menyediakan kanal komunikasi yang mudah diakses untuk mendapatkan masukan dari wali santri.
- e. Media sosial sebagai alat komunikasi. Humas perlu memanfaatkan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab. Fokus pada konten positif seperti prestasi santri, kegiatan positif, dan pesan edukasi anti-bullying. Manfaatkan media sosial untuk membangun dialog yang sehat dan membangun kepercayaan publik.
- f. Fokus pada pemulihan citra dan pencegahan berkelanjutan Humas perlu mengembangkan strategi pemulihan citra yang berkelanjutan. Strategi ini bisa melibatkan kampanye edukasi anti-bullying, kolaborasi dengan tokoh masyarakat, dan kegiatan sosial yang menunjukkan komitmen pondok dalam membangun lingkungan yang aman dan positif.
- g. Pengembangan Program Anti-Bullying: Humas perlu berperan aktif dalam mengembangkan dan mengimplementasikan program anti-bullying yang komprehensif. Program ini bisa melibatkan pelatihan

untuk santri, kampanye awareness, dan pembentukan kelompok peer-to-peer untuk mencegah bullying.

- h. Evaluasi dan perbaikan. Humas perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi dan program yang dijalankan. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian strategi agar lebih efektif dalam membangun citra positif dan mencegah bullying di lingkungan pondok pesantren.
- i. Humas harus bekerja sama dengan semua pihak di pondok pesantren untuk menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi santri.
- j. Humas harus selalu menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan integritas dalam setiap komunikasi dan tindakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. I. (2020). Manajemen krisis: kepemimpinan dalam menghadapi situasi krisis Covid-19. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 223–237.
- Anhar, H. (2013). Interaksi Edukatif Menurut Pemikiran Al-Ghazali. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 13(1), 28. <https://doi.org/10.22373/jiif.v13i1.570>
- Augustine, N. R., Sharma, A., Kesner, I. F., Smith, N. C., Thomas, R. J., Quelch, J., Brenneman, G., & Hill, L. (2000). *Harvard business review on crisis management*. Harvard Business Press.
- Benoit, W. L. (2015). *Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies*. State University of New York Press.
- Bernays, E. L. (2013). *Public relations*. University of Oklahoma Press.
- Christmas, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., & Kreshel, P. J. (2020). *Media ethics: Cases and moral reasoning*. Routledge.
- Collinson, S., & Morgan, G. (2009). *Images of the multinational firm*. Citeseer.
- Coombs, T. W. (2018). Crisis communication. *Encyclopedia of Public Relations*, 2.
- Coombs, W. T., Holladay, S. J., & Tachkova, E. (2019). Crisis communication, risk communication, and issues management. *Public Relations Theory: Application and Understanding*, 31–48.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Dewiyana, E. P., Herdiana, H., & Mulyani, S. (2023). Ujaran Kebencian Netizen Di Kolom Komentar Akun Instagram Artis (Publik Figur) Yang Kontroversial. *Diksatrasia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(2), 254.
- El-Shidqi, G. (2022). *Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur*. Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Fauzi, A. (2016). *Model manajemen hubungan Masyarakat dalam perspektif konstruksi sosial Kiai di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo Jawa Timur*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Fearn-Banks, K. (2007). *Crisis communication: A casebook approach*. New York.

Routledge.

Fombrun, C. J. (2018). *Reputation: Realizing value from the corporate image*.

Harvard Business School Press.

Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (2013). Models of public relations and communication. *Excellence in Public Relations and Communication Management*, 285–325.

Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.

Haque, S., & Ahmad, J. H. (2016). Islamic ethics in public relations. *Proceedings of the Kuala Lumpur International Islamic Studies and Civilisations*, 7–8.

Hermann, C. F. (1963). Some consequences of crisis which limit the viability of organizations. *Administrative Science Quarterly*, 61–82.

Ismail, A. (2022). *Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Isnawati, I. A., & Yunita, R. (2024). Pemberdayaan Santri Melalui Pojok Konseling Dalam Pencegahan Bullying Di Pondok Pesantren. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4: Mei), 201–204.

Johnston, J. (2020). *Public relations: Theory and practice*. Routledge.

Kasali, R. (2019). *Manajemen public relations: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Grafiti.

Khasanah, S. U., Rasimin, R., & Amanah, S. (2023). Identifikasi Tingkat Perilaku Pelaku Bullying di Pondok Pesantren Terpadu Serambi Makkah Sungai Bahar Muaro Jambi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 3844–3853.

Kriyantono, R. (2012). Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif. *Jakarta: Kencana*.

Lababan, M. O. D., Kurniati, N., & Adharani, Y. (2022). Upaya Penyelesaian Konflik Lahan Garapan Masyarakat Kabupaten Berau Diatas Kawasan Ippkh Pt Berau Coal. *LITRA: Jurnal Hukum Lingkungan, Tata Ruang, Dan Agraria*, 2(1), 83–99.

Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital

- age. *Business Horizons*, 63(6), 801–810.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma, metode, dan aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodology Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda karya Bandung.
- Muharom, F. (2015). *Respons Pondok Pesantren Terhadap Problem Pencitraan Di Media (Studi Pemulihan Citra Pondok Pesantren Islam Al-Mukmin Ngruki Sukoharjo Surakarta)*. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Muslimin, A. (2012). *Pendekatan Public Relations dalam Membangun Opini Publik (Studi Kualitatif di Pesantren Al Mukmin Ngruki Tahun 2011)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nandang, H. M. Z. (2021). Peran media dalam penyelesaian konflik sosial. *HIKMAH: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 15–21.
- Nashiruddin, A. (2019). Fenomena Bullying di Pondok Pesantren Al-Hikmah Kajian Pati. *Quality*, 7(2), 81–99.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1), 3–4.
- Nuraenun, N. (2024). Manajemen Krisis Public Relation dalam Menanggapi Kekerasan Sosial dan Meningkatkan Harmoni dengan Masyarakat: Studi Kasus pada Pondok Pesantren As-Sunah Lombok. *Jurnal Manajemen Dan Budaya*, 4(1), 1–9.
- Pearson, C. M., & Clair, J. A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, 23(1), 59–76.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitr, D. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 24(1).
- Putera, B. E., & Indahdewi, L. (2025). Upaya Pencegahan Konflik Antar Kelompok Kedaerahan Dalam Meningkatkan Keamanan Di Rutan Kelas 1 Palembang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(1), 1–7.
- Rahayu, S., Sartika, I., & Liawati, E. (2023). Manajemen Krisis SMA YPHB dalam Menangani Berita Negatif Terkait Kenakalan Remaja. *Action Research Literate*, 7(10), 62–68.

- Rakhmaniar, A. (2024). Komunikasi Krisis Dalam Organisasi: Analisis Naratif Tentang Pengelolaan Konflik Internal. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(2), 113–127.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar public relations teori dan praktik*. Deepublish.
- Sari, W. R. (2018). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Qur'an*. Winda Rahma Sari.
- Sarnoto, A. Z., & Syaidah, K. (2021). Manajemen Krisis Pondok Pesantren dalam Mempertahankan Pola Pendidikan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(001).
- Satlita, L. (2006). Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Public Relations. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 6(1).
- Seitel, F. P. (2017). *The practice of public relations*. Pearson.
- Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2021). *Theorizing crisis communication*. John Wiley & Sons.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif Dan Kualitatif*. Alfabeta.
- Supriyanto, S., Alisha, W. P., Yulhendri, Y., & Sudjatmoko, A. (2022). Spirit Bisnis Lembaga Keuangan Pondok Pesantren Sidogiri Dalam Perspektif Pendidikan Kewirausahaan. *Research and Development Journal of Education*, 8(1), 125–137.
- Syakir, M. F., & Mahmudah, F. N. (2023). Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra dan Persepsi Masyarakat Terhadap Pondok Pesantren Islamic Centre Bin Baz (ICBB) Yogyakarta. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2378–2388.
- Taha, M. (2017). Public Relations Education in an Arab/Islamic Context. *The IAFOR International Conference on Education–Dubai 2017*.

- Tolib, A. (2015). Pendidikan di pondok pesantren modern. *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 60–66.
- Towner, E. B. (2009). Apologia, image repair, and reconciliation the application, limitations, and future directions of apologetic rhetoric. *Annals of the International Communication Association*, 33(1), 431–468.
- Tusriyanto, T., & Basri, B. (2024). Praktik Mediasi Rasulullah SAW (SULH) Dalam Penyelesaian Konflik Antar Kelompok. *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 9(1), 34–45.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. 6, 5–9.
- Widhara, S. S. (2023). Manajemen Krisis Public Relations Polda Jabar Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Massa. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 2(1), 45–51.
- Yaqin, A. A., & Fahlifi, R. (2023). Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Qodiri Dalam Mempertahankan Citra Pesantren. *Medio Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 33–48.
- Yusuf, M. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana Prenada Media Group.
- Zamroni, Z., Baharun, H., Febrianto, A., Ali, M., & Rokaiyah, S. (2022). Membangun Kesadaran Santripreneur Berbasis Kearifan Lokal di Pondok Pesantren. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 113–127.
- Zuhdi, A. H., & Umar, T. M. (2024). Hubungan antara Citra Merek Universitas Al-Azhar Mesir dengan Minat Santri Melanjutkan Studi. *Jurnal Riset Public Relations*, 31–38.
- Zuhriy, M. S. (2011). Budaya pesantren dan pendidikan karakter pada pondok pesantren salaf. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(2), 287–310.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Wawancara Penelitian



Lampiran 2. Dokumentasi Lokasi Penelitian Penelitian



Lampiran 3. Pembaharuan Fasilitas

