

BAB II
COMMUNITY RELATIONS LEMBAGA DAKWAH PONDOK
PESANTREN

A. *Community Relations*

1. Pengertian *Community Relations*

Community relations atau hubungan dengan komunitas dipandang sebagai relasi yang dikembangkan untuk membuka ruang bagi terwujudnya tanggung jawab sosial suatu lembaga atau organisasi. Tanggung jawab tersebut terus berevolusi hingga menemukan bentuk yang menunjukkan keseimbangan dan kesetaraan posisi antara lembaga dan komunitasnya. Sejalan dengan itu, komunitaspun tak hanya dimaknai dengan lokalitas, melainkan juga sebagai struktur yang didalamnya terjadi interaksi karena memiliki nilai-nilai dan kepentingan yang sama, serta manfaatnya bisa dirasakan kedua belah pihak. *community relations* dikembangkan demi kemaslahatan organisasi dan komunitasnya dalam bentuk tanggung jawab sosial.

Wilbur J. Peak dalam karyanya "*community relations*" yang dimuat dalam *Lesly's Public Relations Handbook* (Onong Uchjana Effendy, 1992:149), mendefinisikan hubungan dengan komunitas sebagai hubungan dengan komunikasi sebagai fungsi hubungan masyarakat, merupakan partisipasi suatu lembaga yang berencana aktif dan sinambung dengan masyarakat di dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungannya demi keuntungan kedua pihak yaitu lembaga dan komunitasnya.. *Community relations* bisa bermakna lebih dari sekedar

membangun hubungan baik antara lembaga dan komunitas sekitarnya, melainkan juga berperan melalui tindakan-tindakan pada tingkat lokal dalam mengatasi permasalahan-permasalahan. Selain itu, *community relations* bisa dipandang sumbangan kecil yang berarti yang diberikan organisasi sebagai warga negara bersama dengan komunitas di sekitarnya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan besar tadi pada tingkat lokal dengan memperhatikan prinsip berkelanjutan. Tapi tentu saja fokus perhatian adalah upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh komunitas.

Sebagai fungsi pelaksanaan hubungan masyarakat (humas), komunitas lokal dipandang suatu kesatuan dengan perusahaan yang memberi manfaat timbal balik. Prinsip kegiatan humas adalah mengharmonisasikan hubungan antara perusahaan beserta manajer dan karyawannya dengan masyarakat di sekitar perusahaan. Hubungan yang harus dibina oleh humas tidak hanya hubungan jangka pendek, tetapi juga hubungan jangka panjang. Hubungan timbal balik dengan rasa memiliki dibutuhkan oleh perusahaan agar perusahaan memperoleh dukungan komunitas.

Community relations adalah upaya membina hubungan harmonis antara perusahaan atau organisasi dengan komunitas masyarakat untuk meningkatkan kepedulian sosial dan saling pengertian. Sedangkan *community relation* menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. **Onong Uchajana Efendi** (dalam kamus komunikasi, 1989) :
“Kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi, misalnya jawatan, perusahaan, lembaga, badan dan lain-lain dengan penduduk yang bertempat tinggal di sekitarnya dalam rangka membina kerjasama yang akrab demi kepentingan bersama, yang dilandasi asas saling pengertian dan saling percaya”.
2. **Gregory**, yang dikutip oleh Yosol Irianta dalam bukunya *community relations* (2004:21), *community relations* atau hubungan komunitas adalah hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan satu atau lebih *stakeholders*, untuk meningkatkan reputasi perusahaan menjadi sebuah perusahaan yang baik bagi masyarakat.
3. **Jerold** mendefinisikan *community relations* sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas.

Berdasarkan definisi di atas, dapat dilihat bahwa hubungan dengan komunitas berorientasi kepada kegiatan, yakni kegiatan yang dilakukan oleh lembaga, dalam hal ini humas sebagai pelaksananya, yang bersifat partisipatif. Dengan partisipasi itu maka keuntungan bukan hanya pada organisasi atau lembaga saja, tetapi juga pada lingkungan sekitarnya. Kegiatan yang dilakukan tidak sembarangan atau asal saja, tetapi dengan perencanaan yang matang, dan pelaksanaan rencana tersebut dilakukan secara aktif dan sinambung. Yang mana prinsip yang hendak

dikembangkan melalui *community relations* adalah mengembangkan hubungan tetangga yang baik.

Menurut mantan staf *community relations* di Lllinois Bell Telephone, komunitas bukan lagi sekedar kumpulan orang yang tinggal pada lokasi yang sama tetapi juga menunjukkan terjadinya interaksi di antara kumpulan orang tersebut. Jadi, selain karena faktor-faktor fisik yakni tinggal di lokasi yang sama, komunitas itu juga bisa merupakan unit sosial yang terbentuk lantaran adanya interaksi di antara mereka. Dengan kata lain, komunitas itu bukan hanya menunjuk pada lokalitas saja melainkan juga pada struktur (Yosal, 2004: 20-22).

Community relations adalah hubungan publik yang memfokuskan diri pada komunitas yang berkaitan dengan keberlangsungan suatu lembaga. Misalnya, para pemilik lahan/tanah haruslah mendapat perhatian dan kepuasan dari perjanjian pembelian tanah oleh lembaga yang membutuhkan tanah mereka untuk proyek pembangunan pondok pesantren. Jika tidak, maka komunitas yang tidak terpuaskan ini bisa menghambat proyek yang sedang dilaksanakan. Dengan Bergeraknya masyarakat serta individu ke satu arah dan hubungan dengan masyarakat lokal. Reputasi suatu lembaga semakin tergantung pada bagaimana lembaga itu diterima masyarakat setempat. Reputasi akan menentukan keberhasilan yang berkesinambungan dari suatu lembaga/perusahaan (Gregory, 2004:104).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *community relations* merupakan kegiatan-kegiatan menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait (*stake holder*) melalui komunikasi dan informasi, untuk peningkatan hubungan baik dengan kelompok masyarakat dan pemerintah setempat melalui bantuan konsultasi publik dan bantuan penyuluhan.

2. Langkah-Langkah Dalam *Community Relations*

Praktik *community relations* akhir-akhir ini sudah mengalami banyak perubahan dibandingkan dengan praktik serupa pada awal tahun 1960-an. Kegiatan *community relations* tidaklah lagi dimaknai sebagai kegiatan filantropis yang memosisikan organisasi seolah-olah seorang dermawan yang membagi-bagi uang dan barang kepada komunitas. Sehingga komunitas merasakan ada manfaat kehadiran organisasi di tengah lingkungannya hanya melalui pemberian dari organisasi itu.

Menurut Waddock dan Boyle (1995:127), kini pendekatan dalam kegiatan *community relations* dituntut untuk lebih bersifat “strategis”. Program atau kegiatan *community relations* organisasi kini bukan lagi sekedar penyangga antara organisasi dan lingkungannya melainkan menjalankan fungsi yang mesti mengintegrasikan kepentingan-kepentingan *stake-holder*, khususnya karyawan dan komunitas, ke dalam kepentingan organisasi (Yosal, 2004: 85)

Hal lain yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan kegiatan atau program *community relations* adalah bagaimana organisasi dipandang oleh komunitasnya. Apakah organisasi itu kehadirannya mendapat sambutan baik ataukah dipandang inklusif dari tradisi, kultur, agama atau politik komunitasnya. Inilah yang diingatkan logue (1996: 26). Bagaimana organisasi dipandang komunitas itu menjadi penting dalam menentukan langkah-langkah membangun hubungan dengan komunitas.

De Martinis (2004: 2-4) menjelaskan langkah-langkah dalam *community relations* bagi organisasi nonprofit sebagai berikut:

1. Merumuskan komunitas organisasi dan berbagai kelompok yang ada di dalamnya.
2. Menentukan tujuan program *community relations* organisasi.
3. Menyusun pesan yang hendak disampaikan.
4. Memilih metode yang paling baik dalam penyampaian pesan.
5. Melaksanakan program *community relations* organisasi.
6. Menganalisis hasil.

Sedangkan menurut Yosol Iriantara dalam bukunya *Community Relations*, tahapan-tahapan dalam proses PR yang bersifat siklis maka program dan kegiatan *community relations* perusahaan pun akan melalui tahapan-tahapan berikut :

1. Pengumpulan fakta
2. Perumusan masalah

Masalah secara sederhana bisa dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dengan apa yang dialami, yang untuk menyelesaikannya diperlukan kemampuan menggunakan pikiran dan ketrampilan secara tepat.

3. Perencanaan dan pemrograman

Rencana merupakan sebuah perkiraan yang didasarkan pada fakta dan informasi tentang sesuatu yang akan terwujud atau terjadi nanti. Untuk bisa mewujudkan apa yang diandaikan akan terjadi kemudian hari. Program merupakan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan yang sebagai bagian dari program merupakan langkah-langkah yang ditempuh untuk mewujudkan program guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

4. Aksi dan Komunikasi

Aksi sebagai implementasi program yang sudah direncanakan, pada dasarnya sama saja dengan implementasi program apapun dan tentu saja didalamnya juga ada komunikasi yang menjelaskan mengapa program ini dijalankan, juga masalah tanggung jawab sosial perusahaan pada komunitasnya sehingga memilih untuk menjalankan program kegiatan tersebut.

5. Evaluasi

Evaluasi merupakan keharusan pada setiap akhir program atau kegiatan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi program. Berdasarkan hasil evaluasi itu bisa diketahui apakah program

bisa dilanjutkan, dihentikan atau dilanjutkan dengan melakukan beberapa perbaikan dan penyempurnaan.

3. Tujuan *Community Relations*

Program *community relations* dilaksanakan untuk mencapai beberapa tujuan (Cutlip, Center & Broom, 2000), yaitu: 1) memberikan informasi pada komunitas tentang organisasi itu sendiri, produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan serta aktivitas yang dilakukan; 2) meluruskan kesalahpahaman dan menanggapi kritikan publik disertai upaya menggalang dukungan dan opini yang positif; 3) mendapatkan dukungan secara hukum yang akan mempengaruhi iklim kerja komunitas; 4) mengetahui sikap, pengetahuan dan harapan komunitas; 5) mendukung sarana kesehatan, pendidikan, rekreasi dan aktivitas budaya; 6) mendapatkan pengakuan yang baik dari pemerintah setempat; 7) membantu perkembangan ekonomi lokal dengan membeli barang-barang kebutuhan dari wilayah setempat.

Berdasarkan tujuh tujuan tersebut tampak bahwa program *community relations* sesungguhnya tidak hanya masalah perbaikan ekonomi, namun disertai juga upaya pemberdayaan akses informasi dan komunikasi. Penentuan tujuan itu sendiri dipengaruhi oleh karakter komunitas.

Pencapaian tujuan *community relations* juga akan dipengaruhi oleh cara pandang dan perlakuan organisasi terhadap komunitasnya. Dalam hal ini peran *public relations* dalam organisasi menjadi penting karena

community relations juga bertujuan untuk meminimalisasi perbedaan konsepsi dan pikiran antara masyarakat, korporat dan pemerintah. Sebagai indikator akan terbentuk suatu persepsi yang sejalan dan saling mendukung antara masing-masing-masing pihak, baik masyarakat lokal, pemerintah, maupun korporat merupakan bagian dari kelompok kegiatan.

4. Bentuk-Bentuk *Community Relation*

Menurut Esman (dalam Grunig & Hunt, 1984), ada empat bentuk hubungan organisasi dengan komunitas, yaitu: 1) *Enabling linkage*, merupakan bentuk hubungan antara organisasi dengan kelompok sosial yang memberikan otoritas dan kontrol yang memungkinkan organisasi eksis, termasuk hubungan dengan pemerintah lokal, khususnya dengan orang-orang kunci; 2) *Functional linkage*, ada dua pola hubungan yaitu input linkage dan output linkage. Input linkage meliputi hubungan dengan karyawan lokal, kelompok/asosiasi lokal, dan penyedia bahan-bahan mentah, uang, yang menyediakan input bagi organisasi. Output linkage berkaitan dengan hubungan organisasi dengan organisasi lain yang menggunakan produknya, seperti para konsumen; 3) *Normative linkage*, merupakan hubungan organisasi dengan organisasi lain yang menghadapi masalah yang sama atau memiliki nilai-nilai yang sama, organisasi lokal dengan kepentingan yang sama dengan organisasi; 4) *Diffused linkage*, merupakan bentuk hubungan dengan elemen dalam masyarakat yang berperan dalam penyebaran opini publik, seperti hubungan dengan media lokal dan para pemuka pendapat lokal. Pencapaian tujuan *community*

relations juga akan dipengaruhi oleh cara pandang dan perlakuan organisasi terhadap komunitasnya.

Peran PR dalam organisasi menjadi penting. Wilson (2001) mengidentifikasi adanya empat aktivitas penting yang perlu dijalankan seorang *public relations*. Yang pertama adalah mereka membantu organisasi agar para pimpinan memandang penting relasi dengan komunitas dan melihat pentingnya peran organisasi dalam komunitas. Mereka perlu meyakinkan tanggung jawab organisasi untuk terlibat dalam upaya pembangunan dan kemajuan komunitas. Tanggung jawab untuk meningkatkan kualitas hidup komunitas ini perlu dilakukan bukan karena akan mendatangkan profit namun merupakan tanggung jawab moral organisasi. Peran seorang *public relations* yang kedua adalah membantu menyadarkan organisasi bahwa komunitas tidak hanya sekedar terdiri dari para investor (*stake holder*), namun mereka juga terdiri dari para stakeholders, yaitu karyawan, konsumen, pesaing, pemasok bahan, dan kelompok publik lain di mana hubungan perlu dikembangkan (Grunig & Hunt, 1984).

B. Lembaga Dakwah Pondok Pesantren

1. Pengertian Lembaga Dakwah

Sebelum membahas pengertian lembaga dakwah secara utuh, akan dijelaskan terlebih dahulu pengertian lembaga dan dakwah secara terpisah. Dalam kamus besar bahasa Indonesia akan dijumpai beberapa arti tentang lembaga. Arti *pertama* adalah asal sesuatu, *kedua* acuan: suatu yang

memberi bentuk kepada yang lain, *ketiga* badan atau organisasi yang bertujuan melakukan sesuatu penelitian keilmuan dalam melakukan suatu usaha (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988: 512).

Berdasarkan kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa lembaga mempunyai dua pengertian, yakni pengertian fisik, material, kongkret dan pengertian non fisik, non material dan abstrak. Dalam bahasa Inggris lembaga dalam pengertian fisik disebut *institute*, sarana (organisasi) untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan lembaga dalam pengertian non fisik atau abstrak adalah *institution*, suatu norma untuk memenuhi kebutuhan (Daud Ali, 1991: 01).

Istilah lembaga dalam sosiologi (sebagai terjemah bebas dari istilah “*institution*”) merujuk pada suatu gejala yang telah mapan (*established*). Di dalam risalah-risalah dari Comte yang diterjemahkan seperti misalnya, “*the institution of capital*”, “*the institution of family*” dan seterusnya (B. A. Pym 1979:105), pengertian-pengertian tersebut menunjuk kepada gejala yang telah mapan. Lembaga dalam artian sosiologis, dapat ditemukan dalam buku Herbert Spencer yang berjudul “*First Principles*”, dimana lembaga digambarkan sebagai organ-organ yang menjalankan fungsi masyarakat. Di dalam bukunya yang berjudul “*Folkways*”, Sumner mengatakan bahwa lembaga berisikan suatu konsep dan struktur. Akan tetapi tidak menjelaskan lebih lanjut perihal yang dimaksudkannya dengan konsep tersebut.

Lembaga-lembaga dianggap sebagai tata tertib dari unit-unit utama suatu masyarakat. Tokoh-tokoh aliran fungsional murni melihatnya sebagai

suatu keseluruhan yang terdiri dari unsur-unsur yang mempunyai hubungan fungsional. Tetapi ada pula yang memberikan tekanan pada sifat kemandirian lembaga-lembaga tersebut, dimana ada kemungkinan bahwa unsur-unsur dari lembaga-lembaga yang sama, mempunyai orientasi terhadap tujuan yang berbeda-beda. Talcott Person misalnya berusaha untuk menjelaskan batas-batas kesatuan lembaga-lembaga serta variasi-variasinya dalam struktur-struktur sosial (Daud Ali, 1991: 46)

Apabila pusat perhatian lebih tertuju pada struktur dari pada perilaku, maka suatu organisasi pribadi-pribadi dapat dianggap sebagai lembaga, contohnya adalah rumah sakit, sekolah, pondok pesantren, dan seterusnya. Pengertian ini banyak dijumpai dalam bahan pustaka administrasi sosial.

Pengertian dakwah sendiri menurut Prof. Thoha Yahya Omar MA, adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Toto tasmara, 1997:37). Al Quran memberikan pedoman sebagai berikut :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat

petunjuk ” (TQS. An-Nahl : 125)(Alquran dan Terjemahan Departemen Agama: 1992: 282).

Abdul Badi'e Shaghar tidak memberikan pengertian tetapi lebih menjelaskan dakwah yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu: *dakwah fardhiyah*, merupakan dakwah yang disampaikan kepada seseorang atau sekelompok orang yang berjalan tanpa perencanaan yang sistematis, dan kedua, yaitu *dakwah ammah*, yaitu: dakwah yang diarahkan kepada massa dengan tujuan mempengaruhi orang lain (Shagar, 1976: 25 dan 35).

Menurut A. Hasyimi, dakwah Islam adalah usaha mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang telah terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu terlebih dahulu (Hasyim, 1974: 18). Berbeda pengertian dakwah menurut Prof. HM. Arifin, M.Ed. yang mengemukakan pengertian dakwah sebagai berikut:

“Dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan hidup sebagai hasil dari pesan ang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan” (Arifin, 1991:6).

Menurut Drs. Hamzah Ya'qub, dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan rasul-nya (Asmuni, 1983:19).

Pengertian dakwah secara istilah memang terlalu banyak dan beraneka ragam sehingga banyak menghadirkan pengertian yang berbeda satu sama lain. Hal tersebut tidak lebih karena dipengaruhi oleh disiplin ilmu yang para ahli kuasai, namun demikian, walaupun banyak pengertian

yang timbul, tetapi tidak merubah bahkan melenceng dari makna dan esensi dakwah itu sendiri. Namun setidaknya dapat penulis simpulkan beberapa pengertian dari dakwah itu sendiri berdasarkan definisi-definisi di atas.

- 1) Dakwah adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana.
- 2) Dakwah adalah usaha yang dilakukan untuk mengajak manusia ke jalan Allah, memperbaiki keadaan yang lebih baik (dakwah yang lebih bersifat pembinaan dan pengembangan).

Jadi dari beberapa uraian di atas, maka lembaga dakwah berarti suatu badan atau organisasi yang terdiri dari beberapa orang yang bekerjasama dalam bidang dakwah, baik yang diselenggarakan oleh masyarakat maupun pemerintah untuk mencapai tujuan dakwah.

2. Pondok Pesantren

Pesantren sebagaimana dikatakan oleh K.H. Didin Hafidudin adalah salah satu lembaga *iqamatuddien*, di antara lembaga-lembaga *iqamatuddien* lainnya yang memiliki dua fungsi utama yaitu: fungsi kegiatan *tafaqqahu fiddien* (pengajaran, pemahaman dan pendalaman ajaran agama Islam), dan fungsi *indzar* (menyampaikan dan mendakwahkan ajaran Islam kepada masyarakat) (Didin Hafiduddin, 1988: 120-121).

Kata pondok pesantren terdiri dari dua suku kata lain: *pondok* dan *pesantren*. Pondok berasal dari bahasa arab: *funduqun*, yang memiliki arti hotel atau penginapan (Munawar, 1997:1073). Sedangkan Koentjoroningrat mengatakan pondok dengan orang yang tinggal di rumah orang lain

(Koentjoroningrat, 1984:199). Pondok yang dimaksud di sini adalah : rumah atau tempat tinggal sederhana yang terbuat dari bambu atau lainnya, tempat para santri tidur (menginap) setelah mereka belajar. Sebagaimana diungkapkan oleh Muhammad Ridwan Lubis yang mengatakan pondok adalah: tempat tinggal para santri selama menuntut ilmu (Lubis, 1992:23). Sedangkan kata pesantren atau santri berasal dari bahasa *Tamil* yang berarti: Guru mengaji, sumber lain mengatakan bahwa kata tersebut berasal dari bahasa *India* yaitu *shastri* dari akar kata *shastra*, yang berarti buku-buku suci, buku agama atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan (Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam, 1994: 99).

Berbeda dengan versi Indonesia yang mengatakan bahwa pesantren berasal dari sebutan santri dengan awalan *pe* dan akhiran *an*, yang artinya: tempat tinggal para santri. Arti kata santri sendiri bermacam-macam, sekalipun terdapat keseragaman pendapat para ahli dalam mengartikan kata pesantren itu, namun juga diperoleh kesamaan pendapat bahwa kata tersebut mengandung makna yang berhubungan dengan tugas-tugas suci dan mulia, yaitu: upaya dalam memahami ajaran agama (Lubis, 1992: 23). Lain halnya pendapat yang dikemukakan oleh Nurcholis Majid mengenai pengertian pondok pesantren. Menurutnya perkataan pesantren berasal dari kata santri (Lihat Clifford Geertz, 1983: 268). Dengan awalan *pe* di depan dan akhiran *an* berarti tempat tinggal para santri (Dhofier, 1994: 18). Sedangkan asal usul kata “santri”, dalam pandangan Nurcholis Madjid dapat dilihat dari dua pendapat (Madjid, 1997: 19-20). Pertama, pendapat yang mengatakan

bahwa “santri” berasal dari perkataan “*sastri*”, sebuah kata dari bahasa sansekerta yang artinya “*melek huruf*”. Pendapat ini menurut Nurcholis Madjid agaknya didasarkan atas kaum santri adalah kelas literary bagi orang-orang Jawa yang berusaha mendalami ajaran agama melalui kitab-kitab bertulis dan berbahasa Arab. Di sisi lain, Zamakhsyari Dhofier berpendapat, santri dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Atau secara umum dapat diartikan buku-buku suci, buku-buku agama, atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan (Dhofier, 1994: 18). Kedua, pendapat yang mengatakan bahwa perkataan santri sesungguhnya berasal dari bahasa Jawa, dari kata “*cantrik*”, yang berarti seorang yang selalu mengikuti seorang guru kemana guru tersebut pergi untuk menetap.

Istilah pesantren di Indonesia lebih populer dengan sebutan pondok pesantren. Lain halnya dengan pesantren, pondok berasal dari bahasa Arab, yaitu *funduk*, yang berarti hotel, asrama, dan tempat tinggal sederhana (Hasbullah, 1996:138).

Pengertian terminologi pesantren di atas mengindikasikan bahwa secara kultural pesantren lahir dari budaya Indonesia. Dari sinilah mungkin Nurcholis Madjid berpendapat secara historis pesantren tidak hanya mengandung makna keislaman, tetapi juga makna keaslian Indonesia. Sebab memang cikal bakal lembaga pesantren sebenarnya sudah ada sejak masa Hindu-Budha, dan Islam tinggal meneruskan, melestarikan, dan

mengislamkannya (Madjid, 1985: 3). Pendapat serupa juga dapat terlihat dalam penelitian A.Steenbrink:

Secara terminologis dapat di jelaskan bahwa pendidikan pesantren, dilihat dari segi bentuk dan sistemnya, berasal dari India. Sebelum proses penyebaran Islam di Indonesia, sistem tersebut telah dipergunakan secara umum untuk pendidikan dan pengajaran agama Hindu di Jawa. Setelah Islam masuk dan tersebar di Jawa, sistem tersebut kemudian diambil oleh Islam (Karel A. Steenbrink, 1994: 20-21).

Maka dirumuskan tentang pengertian pondok pesantren adalah sebagai berikut: pondok pesantren adalah tempat orang-orang atau para pemuda menginap (bertempat tinggal) yang dibarengi dengan suatu kegiatan mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama Islam (Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1991:187).

3. Bentuk-Bentuk Pondok Pesantren

Pesantren sebagai sebuah lembaga dalam kenyataannya dikelompokkan menjadi beberapa kelompok (bentuk). Pembentukan ini berdasarkan karakteristik pengajaran dan penyampaian yang dilaksanakan oleh pondok pesantren tersebut.

Penyelenggaraan sistem pendidikan dan pengajaran ini berbeda antara satu pondok dengan pondok pesantren lainnya, artinya tidak ada keseragaman sistem dalam penyelenggaraan dan pengajaran. Dalam kenyataannya penyelenggaraan sistem pendidikan dan pengajaran pondok pesantren dewasa ini dapat di golongankan menjadi tiga bentuk:

1. Pondok pesantren tradisional adalah lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam yang pada umumnya pendidikan dan pengajaran tersebut

diberikan dengan cara non klasikal (sistem bandongan dan sorogan) dimana seorang kiai mengajar santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab oleh ulama-ulama besar sejak abad pertengahan, sedangkan santri biasanya tinggal dalam pondok atau asrama dalam pesantren tersebut. Pesantren model ini juga pesantren yang masih kuat memegang pola tradisional dari segi penyampaian dan pengajaran nilai-nilai Islam. Sedang cara-cara yang tersebut di atas adalah cara yang telah turun temurun di praktekkan, ilmu yang dipelajari di pesantren model ini pada umumnya sama, demikian pula kitab-kitab yang dipakainya, hanya saja ada perbedaan pengajaran diantara pesantren-pesantren tersebut, yaitu: terletak pada kadar ilmu yang dimiliki oleh kiai yang bersangkutan (Sudjoko,1982: 90). Ciri lain dari pesantren ini adalah kemutlakan seorang kiai sebagai pemegang kekuasaan dan penentu suatu keputusan, pesantren ini biasanya secara manajemen pun adalah manajemen keluarga, tetapi hal demikian juga tidak menutup kemungkinan terhadap pondok-pondok model ini.

2. Pesantren tradisional modern adalah lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam yang menggabungkan sistem tradisional di satu sisi dan di sisi lain menggunakan sistem madrasi (klasikal) (Masdar, 1986: 76). Yang mengarah kepada sistem atau pola modern dari segi penyampaian dan pengajarannya. Ciri-ciri pesantren ini adalah kesewenangan seorang kiai tidak mutlak lagi, akan tetapi telah ada pembagian tugas diantara para pengasuh atau pembinanya. Dari segi pengajarannya di samping

menggunakan cara-cara tradisional (sistem sorogan, bandongan atau wetonan), juga memakai sistem modern (ada sistem kelas) dengan menggunakan tingkatan-tingkatan. Pesantren ini juga mengadakan kegiatan pendidikan formal, untuk memberikan keseimbangan antara tuntunan dunia dan ukhrowi (pelajaran-pelajaran agama).

3. Pesantren modern adalah pesantren yang menggunakan sistem modern (baru) dari segi penyampaian dan pengajaran materinya (Ensiklopedi Islam, 1992/1993: 928). Ciri-ciri pesantren ini adalah:
 - a. Memakai cara diskusi dan tanya jawab dalam menyampaikn materinya (Mursell: 28).
 - b. Adanya pendidikan kemasyarakatan, segenap pelajar berlatih memperhatikan dan mengerjakan hal-hal yang nantinya akan diambil oleh mereka dalam masyarakat ketika mereka telah berbaur dengan masyarakat, mengingat hal-hal yang nantinya dimasyarakat mengenai pelajaran mereka (Ensiklopedi Islam, 1992/1993: 229).
 - c. Adanya organisasi pelajar yang mengatur aktivitas mereka, segala sesuatu mengenai kehidupan mereka diatur dan diselenggarakan sendiri oleh mereka dengan cara demokrasi, gotong royong dan dalam suasana ukhuwah yang mendalam, tetapi itu juga tidak terlepas dari bimbingan dan pengawasan pengasuh-pengasuhnya atau pembina-pembinanya (Ensiklopedi Islam, 1992/1993: 931).
 - d. Adanya organisasi pelajar yang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan dan kegiatan sehari-hari, tata

tertib, disiplin, masing-masing dapat mengutarakan penapatnya dan melakukan kegiatan kesiswaan yang terkait dengan sistem pendidikan dan pengajaran yang telah ditetapkan.

Pesantren modern kemutlakan seorang kiai sudah sangat longgar karena semua tanggung jawab dialihkan kepada bagian-bagian kepengurusan yang telah ditetapkan, tetapi walau bagaimanapun kiai juga memiliki peran yang sangat urgen dalam stabilitas pondok.

C. *Community Relations* Lembaga Dakwah

Pondok pesantren merupakan lembaga dakwah agama Islam yang sangat fungsional. Pesantren mampu memberi jawaban terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat serta mampu mempertahankan eksistensi meskipun perubahan zaman berjalan dengan pesat. Bukan hanya itu, sebagai lembaga pendidikan, pondok pesantren mampu menyesuaikan diri dengan berbagai situasi dan kondisi. Penyesuaian diri ini adalah keikutsertaan sepenuhnya dalam arus pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Seiring dengan perkembangan zaman, tantangan yang harus dihadapi ternyata semakin kompleks dan berat. Globalisasi menuntut pesantren bukan hanya mempertahankan eksistensi, akan tetapi juga mengembangkan diri dan lingkungannya.

Community relations adalah Kegiatan-kegiatan menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada Para Pihak yang terkait (*stakeholder*). Pengembangan kesepahaman dilakukan

melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak, untuk peningkatan hubungan baik dengan kelompok masyarakat dan pemerintah setempat melalui bantuan konsultasi publik dan bantuan penyuluhan. (Yoga Aditama, *Resume Community Relation*, Mengakses pada tanggal 12 Februari, alamat C:\Users\acer\Documents\resume *community relation* yoga adetama.htm)

Community relations pada dasarnya adalah kegiatan *public relation* (PR). Maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai dalam proses *community relations*. Pertama, dalam konsep PR lama yang memosisikan organisasi sebagai pemberi donasi, maka program *community relations* hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses PR. Kedua, yang memosisikan komunitas sebagai mitra, dan konsep komunitasnya bukan sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah organisasi (Yosal Iriana, 2007: 79-80).

Kegiatan utama humas dalam usaha untuk mewujudkan tujuan suatu lembaga adalah dengan mengadakan komunikasi yang melibatkan seluruh anggota lembaga untuk menciptakan dan menjaga citra positif di mata publik sehingga dapat mendukung tercapainya tujuan lembaga tadi, yakni terbinanya hubungan yang harmonis antara lembaga dan publiknya. Hal ini seperti yang dinyatakan F Rachmadi dalam bukunya (*Public Relation dalam Teori dan Praktek*). *Public relation* adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara suatu lembaga dengan public yang mempengaruhi sukses tidaknya lembaga tersebut (Rachmadi, 1992: 112)

Partisipasi organisasi pada komunitas itu berkisar pada kebutuhan pokok yang akan tercakup dalam sebelas unsur berikut :

1. Kesejahteraan komersial
2. Dukungan Agama
3. Lapangan Kerja
4. Fasilitas Pendidikan yang memadai
5. Hukum, Ketertiban dan keamanan.
6. Pertumbuhan Penduduk
7. Perumahan beserta kebutuhannya yang sesuai
8. Kesempatan Berkreasi dan berkebudayaan yang bervariasi
9. Perhatian terhadap keselamatan umum.
10. Penanganan kesehatan yang progresif
11. Pemerintahan ketataprajaan yang cakap (Onong Uchjana Effendy, 1989:151).

Kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan usaha untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut tentu saja merupakan tugas humas dalam lembaga yang bersangkutan. Sedangkan dalam penelitian ini hanya akan diteliti pelaksanaan kegiatan hubungan dengan komunitas (*community relations*) yang dilakukan oleh Humas Pondok Pesantren Darut Ta'lim Dukuh Banjarsari dalam rangka mempertahankan citra pondok pesantren terutama pada masyarakat sekitar pondok, mengingat pentingnya hubungan lembaga dengan komunitas lokal. Seperti yang diungkapkan oleh seorang ahli humas bernama Charles Steinberg sebagai berikut :

Lembaga tidak dapat berfungsi dengan berhasil tanpa dukungan komunitas, dan dukungan komunitas mencakup kebutuhan bagi kegiatan konstruktif demi kepentingan umum yang meliputi hubungan masyarakat yang berhasil. Tidak ada lembaga yang berfungsi efektif dan tetap jauh dari kehidupan komunitas tempat ia beroperasi. Partisipasi tidak dapat dihindarkan jika dengan cara terpolakan, maka dengan desakan keadaan (Onong Uchjana Effendy, 1989:125).

Demikian juga dalam pondok pesantren, berdasarkan definisi di atas pengertian humas dalam Pondok Pesantren secara umum adalah fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara Pondok Pesantren dengan warga internal (pengajar, karyawan, santri dll) dan warga eksternal (wali santri, masyarakat, Pemerintah, patner sekolah, Alumni dll). Dalam konteks ini jelas bahwa humas atau public relation (PR) adalah termasuk salah satu elemen yang penting dalam suatu lembaga seperti pondok pesantren. Departemen Humas Pondok Pesantren Darut Ta'lim Dukuh Banjarsari berada di bawah sekretariat pondok pesantren. Selain Humas, di dalam Sekretariat pondok pesantren juga membawahi departemen keuangan, dan tata usaha (TU). Di dalam Departemen Humas Pondok Pesantren Darut Ta'lim Dukuh Banjarsari, secara tidak langsung terdapat dua unit di dalamnya. Unit pertama adalah unit yang langsung ditunjuk sekolah atau pondok. Unit kedua merupakan unit kesarifan yang sepenuhnya dijalankan oleh para santri. Sehingga dua unit ini baik dari sekolah atau kesarifan saling bekerja sama

untuk melaksanakan fungsi humas dalam Pondok Pesantren Darut Ta'lim Dukuh Banjarsari.

Pondok Pesantren Darut Ta'lim Dukuh Banjarsari dalam pembagian job atau pelaksana fungsi humas belum terstruktur layaknya di perusahaan. Secara umum lingkup hmas di bagi menjadi dua, yakni humas yang berhubungan dengan pondok pesantren dan humas yang berhubungan dengan masyarakat sekitar.

Peran pondok pesantren secara umum adalah fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara pondok pesantren dengan warga internal (guru, karyawan, siswa) dan warga eksternal (wali siswa, masyarakat, institusi luar, patner sekolah, dll). Dalam konteks ini jelas bahwa *public relation* (PR) adalah termasuk salah satu elemen yang penting dalam suatu organisasi kelompok ataupun secara individu. Dengan demikian, peran dan fungsi humas salah satunya adalah mengkomunikasikan informasi terkait pondok pesantren kepada publik internal dan eksternal secara profesional sehingga dapat meningkatkan citra lembaga Islam tersebut. Kehadiran institusi pendidikan seperti pondok pesantren memiliki tanggung jawab sosial bagi masyarakat, khususnya masyarakat sekitar (*community*). Tanggung jawab sosial yang harus diimplementasikan dalam berbagai kegiatan akan menciptakan kepercayaan dari masyarakat. Pondok pesantren tanpa dukungan yang kuat dari masyarakat, tidak akan mampu bertahan lama bagi kehidupan sosial. Sehingga peran humas didalam institusi pendidikan seperti pondok pesantren pada intinya tetap menjalin hubungan yang baik dengan para

pihak atau publik-publik organisasi. Hubungan yang baik bukan semata demi keuntungan dan kemaslahatan organisasi, melainkan untuk kemaslahatan kedua belah pihak.

Kegiatan *community relations* sendiri dipandang sebagai bagian dari wujud tanggung jawab sosial organisasi. Dalam hal ini adalah lembaga dakwah pondok pesantren. Sebagai warga negara, organisasi memikul tanggung jawab sosial dalam menjalankan peran turut membantu warga masyarakat untuk mengembangkan dirinya, karena tanggung jawab sosial itu. Lembaga tidak dapat berfungsi dengan berhasil tanpa dukungan komunitas, dan dukungan komunitas mencakup kebutuhan bagi kegiatan konstruktif demi kepentingan umum yang meliputi hubungan masyarakat yang berhasil. Tidak ada lembaga yang berfungsi efektif dan tetap jauh dari kehidupan komunitas tempat ia beroperasi. Partisipasi tidak dapat dihindarkan jika dengan cara terpolakan, maka dengan desakan keadaan.

Bila suatu lembaga sudah mendapatkan simpati dari komunitasnya, hubungan yang terjalin akan lebih harmonis. Sehingga dapat mengubah persepsi dan pengetahuan masyarakat setempat. Kesan yang dulunya negatif akan menjadi positif. Sehingga lambat laun akan timbul kepercayaan mereka terhadap lembaga dan mempunyai citra positif terhadap lembaga tersebut.

Lembaga dakwah pondok pesantren mempunyai tanggung jawab sosial yang besar terhadap masyarakat, terutama pada masyarakat sekitar pondok pesantren. Fokusnya pada permasalahan yang dihadapi komunitas masyarakat yang nantinya akan dirasakan juga oleh lembaga atau organisasi, mengingat

program-program *community relations* pada dasarnya dikembangkan untuk kemaslahatan organisasi maupun komunitas.