

Santri sebagai Motor Public Relations: Analisis Program Pemberdayaan di Lembaga Ittihadul Muballighin Lirboyo

Nur Alif Abdul Kholik

Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo, Indonesia

 nuralif.abd.k@gmail.com*

Abstract

As an integral part of the Islamic education system in Indonesia, Islamic boarding schools (pondok pesantren) play a crucial role in enlightening the nation—not only in terms of knowledge and character development but also through their contributions to educational advancement. Public relations (humas) within the pesantren environment serves as a strategic platform to prepare students (santri) for effective interaction with the broader community. This study explores the objectives, forms, implementation, and benefits of student empowerment in public relations at the Ittihadul Muballighin Institute (LIM) of Lirboyo Islamic Boarding School in Kediri. Employing a qualitative approach with a case study method, the research reveals that: (1) the objectives of student empowerment in public relations encompass cognitive, affective, and psychomotor domains; (2) empowerment is realized through student involvement in educational, cultural, and institutional activities; (3) implementation proceeds through four stages: planning, organizing, execution, and evaluation; and (4) these activities strengthen the relationship between the pesantren and the surrounding community, fostering mutual understanding and public trust. Moreover, they provide valuable experiential learning opportunities for students, equipping them for future community engagement.

Keywords: Student empowerment, Islamic boarding school, Ittihadul Muballighin Lirboyo, public relation

ARTICLE INFO

Article history:

Received

April 25, 2025

Revised

May 19, 2025

Accepted

June 02, 2025

Published by
Website

This is an open access article under the CC BY SA license
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan tradisional tertua yang ada di Indonesia. Pendidikan di pesantren pada awalnya merupakan pendidikan agama yang dimulai sejak munculnya masyarakat Islam di negeri ini, di mana para santri berguru kepada kiai untuk mempelajari dan mendalami ajaran Islam guna diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai bagian dari struktur internal pendidikan Islam di Indonesia, pondok pesantren turut berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, tidak hanya dalam aspek pengetahuan dan moral, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam penyelenggaraan pendidikan (Departemen Agama RI, 2003).

Dengan kekhasan tersendiri, terutama dalam fungsinya sebagai institusi pendidikan dan dakwah, pondok pesantren juga berperan sebagai lembaga pembinaan sosial kemasyarakatan. Bahkan, perjuangan pondok pesantren telah memberikan

Doi <http://dx.doi.org/10.32332/tapis.v9i1.10571>

ISSN Print 2579-3233; Online 2580-068X

Volume 9 Number 1, June 2025, page 27-37

pengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan pendidikan masyarakat. Hal ini didasari oleh nilai-nilai dan norma agama yang menjadi kerangka berpikir serta sikap ideal para santri, sehingga pesantren sering disebut sebagai alat transformasi kultural (Haedari, 2004).

Ditinjau dari segi historis, menurut Abdurrachman Mas'ud dan rekan-rekannya, pesantren merupakan sistem pendidikan khas Indonesia. Ia menjadi sumber inspirasi yang tak pernah kering bagi para pecinta ilmu dan peneliti yang mengkaji pesantren dari berbagai dimensi. Seiring waktu, penyelenggaraan pendidikan pesantren menjadi semakin terstruktur dengan munculnya tempat-tempat pengajian (dikenal dengan nggon ngaji) yang telah merumuskan kurikulum keagamaannya, seperti pengajaran bahasa Arab, tafsir, hadis, tauhid, fikih, akhlak-tasawuf, dan sebagainya. Bentuk ini kemudian berkembang melalui penyediaan tempat tinggal bagi para santri, yang kemudian dikenal sebagai pesantren (Mas'ud, 2002).

Seperti halnya lembaga pendidikan lainnya, pesantren juga memerlukan manajemen yang baik untuk mendukung pengembangan institusi, baik dari aspek kurikulum, personalia, maupun keuangan, agar mampu menghadapi tantangan zaman.

Public relations (humas) di pondok pesantren memiliki peran penting dalam membekali santri agar mampu berinteraksi dan berkontribusi secara positif di tengah masyarakat. Pendidikan kemasyarakatan yang dilakukan oleh pesantren tidak hanya bertujuan untuk menyiapkan pengetahuan dan keterampilan santri dalam memasuki dunia kerja, tetapi juga untuk melayani berbagai kebutuhan pendidikan masyarakat. Salah satu peluang besar bagi perkembangan pesantren adalah tingginya kepercayaan masyarakat terhadapnya sebagai lembaga pendidikan Islam yang mampu memberikan bekal keagamaan yang relevan dan bermanfaat. Oleh karena itu, terjalin hubungan timbal balik yang positif, di mana masyarakat secara aktif mendukung program-program pesantren (Haedari, 2004).

Hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat telah diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan oleh Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah, khususnya pada poin 10, yang menyatakan bahwa: (a) sekolah/madrasah melibatkan warga dan masyarakat pendukung dalam pengelolaan pendidikan; (b) warga sekolah/madrasah dilibatkan dalam pengelolaan akademik; (c) masyarakat pendukung terlibat dalam pengelolaan non-akademik; (d) peran serta masyarakat dibatasi pada kegiatan tertentu yang ditetapkan; dan (e) setiap sekolah/madrasah menjalin kemitraan dengan lembaga lain yang relevan, berkaitan dengan input, proses, output, serta pemanfaatan lulusan (Mulyasa, 2013).

Demikian pula, dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren, Pasal 43 mengatur bahwa pesantren menyelenggarakan fungsi pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan pesantren dan masyarakat. Adapun Pasal 45 menguraikan bentuk-bentuk pemberdayaan tersebut, yaitu: (1) pelatihan dan praktik kerja lapangan; (2) penguatan potensi dan kapasitas ekonomi pesantren dan masyarakat; (3) pendirian koperasi; (4) lembaga keuangan serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM); (5) pendampingan dan bantuan pemasaran produk masyarakat; (6) pemberian pinjaman dan bantuan keuangan; (7) bimbingan manajemen keuangan dan kendali mutu; (8) pelaksanaan kegiatan sosial kemasyarakatan; (9) pengembangan teknologi industri; dan (10) pengembangan program lainnya (Undang-Undang RI, 2019).

Salah satu contoh konkret adalah Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM), yang berada di bawah naungan Pondok Pesantren Lirboyo. Lembaga ini bergerak di bidang pendidikan keagamaan, khususnya melalui gerakan pengiriman santri-santri yang telah menguasai sejumlah disiplin ilmu keislaman, seperti tajwid, tafsir, hadis, akidah, dan terutama fikih, untuk terjun langsung ke masyarakat. Para santri tersebut juga mengajar di lembaga-lembaga formal seperti TK, SMP, SMA, dan MA, serta menyampaikan materi keislaman di surau dan masjid-masjid terpencil di wilayah Karesidenan Kediri dan kampung halaman masing-masing, terutama saat bulan Ramadan. Kegiatan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan keagamaan di tengah masyarakat.

Adapun alasan pemilihan santri Lirboyo sebagai objek penelitian adalah karena mayoritas usia mereka berada di atas generasi Z—yakni generasi yang lahir setelah tahun 1995–2000—di mana generasi ini dianggap memiliki pola pikir yang lebih kokoh dalam menyampaikan ilmu yang telah mereka pelajari (Ropi, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, yang berupaya memberdayakan santri dalam pengabdian masyarakat. Penelitian ini mengangkat judul: “Santri sebagai Motor Public Relations: Analisis Program Pemberdayaan di Lembaga Ittihadul Muballighin Lirboyo.” Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri dianggap sangat relevan untuk dikaji karena telah berdiri sejak lama dan dikenal luas di berbagai penjuru negeri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan menggali data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, dan perilaku yang dapat diamati. Metode ini digunakan untuk memperoleh temuan yang tidak bisa dijangkau melalui prosedur statistik atau pendekatan kuantitatif (Almanshur, 2014; Moleong, 2014).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yang difokuskan pada kegiatan public relations di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo, Kediri. Sumber data diperoleh melalui wawancara dengan 30 informan yang terdiri atas pengurus LIM dan santri, serta dokumentasi kegiatan lembaga. Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan dalam wawancara adalah panduan wawancara semi-terstruktur dengan pertanyaan terbuka untuk menggali informasi mengenai pemberdayaan santri dalam bidang public relations.

Untuk menjamin kredibilitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, dokumen, serta teknik pengumpulan data untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. Lokasi penelitian dilakukan secara spesifik di lingkungan Pondok Pesantren Lirboyo, Kediri, Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tujuan Pemberdayaan Santri dalam Public Relations Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri.

Tujuan pemberdayaan santri dalam *public relations* di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri adalah untuk meningkatkan interaksi antara pesantren dan masyarakat. Pemberdayaan ini bertujuan agar santri dapat terlibat aktif dalam gerakan masyarakat yang terorganisir, membangkitkan kepercayaan

diri, dan memperkuat hubungan dengan publik. Berdasarkan Wuradji, pemberdayaan adalah proses penyadaran yang dilakukan secara transformatif dan partisipatif (Muslim, 2009). Dalam konteks *public relations*, tujuan utamanya adalah membina hubungan harmonis antara pesantren dan masyarakat untuk menciptakan citra positif pesantren, serta meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadapnya (Iriantara, 2013). Adapun tujuan lebih spesifik yang ingin dicapai adalah: pertama, agar santri dapat belajar bermasyarakat dan membentuk citra positif pondok pesantren; kedua, untuk mengenalkan profil pondok pesantren kepada masyarakat agar tercipta saling kepercayaan; dan ketiga, menjalin kerjasama dengan masyarakat untuk mengembangkan ilmu agama dan berdakwah, termasuk di lembaga-lembaga pendidikan formal.

Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri memiliki ciri khas tersendiri karena lebih fokus pada pemberdayaan santri dalam konteks dakwah langsung ke masyarakat, baik melalui kunjungan ke lembaga pendidikan maupun kegiatan sosial keagamaan di pelosok desa. Kegiatan ini menunjukkan pendekatan *community-based public relations* yang berbeda dengan pendekatan media-based seperti di pesantren lain. Dengan demikian, praktik pemberdayaan santri di LIM menunjukkan model pemberdayaan berbasis relasi sosial langsung yang memperkuat pengalaman lapangan santri sebagai agen dakwah sekaligus duta pesantren, suatu model yang masih jarang ditemukan.

B. Bentuk Pemberdayaan Santri dalam Public Relations Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri

M. Linggar Anggoro menyebutkan, hubungan masyarakat (humas) menjadi suatu profesi yang banyak diminati saat ini. Tidak bisa dipungkiri hampir semua institusi baik organisasi komersial maupun nonkomersial membutuhkannya. Humas sering diidentikkan dengan periklanan meskipun pada hakikatnya berbeda. Selain itu, dikenal pula marketing public relations (M-PR) sebagai konsep yang membangun citra lembaga dan produk dengan memberikan informasi yang rinci dan lengkap (M. L. Anggoro, 2000). Bentuk pemberdayaan santri dalam public relations di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri diwujudkan melalui tiga model hubungan: edukatif, kultural, dan institusional. Purwanto mengartikan hubungan edukatif sebagai hubungan kerja sama dalam hal mendidik/murid, antara guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Adapun hubungan kultural ia artikan sebagai usaha kerja sama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah itu berada. Sedangkan hubungan institusional diartikan sebagai hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah, seperti hubungan kerja sama antara sekolah dengan sekolah-sekolah lain, dengan kepala pemerintahan setempat, jawatan penerangan, jawatan pertanian, perikanan dan peternakan, dengan perusahaan-perusahaan pemerintah maupun swasta, yang berkaitan dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan pada umumnya (Purwanto, 1987).

Dilihat dari aspek kegiatan yang dilaksanakan bentuk pemberdayaan santri dalam *public relations* Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) pondok pesantren Lirboyo Kediri dibedakan kedalam beberapa bentuk hubungan, diantaranya:

1. Hubungan edukasi mendidik santri dicukupkan kepada kepengurusan pusat madrasah pondok pesantren, karena program dari lembaga agar para santri

belajar secara langsung ditengahaengah masyarakat ataupun di instansi lembaga-lembaga formal.

2. Kegiatan kemasyarakatan LIM mengadakan safari ke berbagai pelosok daerah membina masyarakat melalui dakwah, dalam prakteknya pembinaan terhadap masyarakat terbagi ke berbagai bidang yaitu secara langsung terjun kemasyarakat dan melalui media, bidang yang fokus kedaerah kemasyarakatan baik saat bulan Ramadhan maupun diluar bulan Ramadhan dimana para santri ikut serta dalam kegiatan-kegiatan kemasyarakatan. Dalam bentuk media Lembaga bidang yang khusus ke media yang disebut LIM Productions yang diekspost melalui media sosial seperti *Facebook, You Tube dan Instagram* yang didalamnya menampilkan video tentang tentang profil pondok pesantren dan konten-konten yang bernilai dan sasaran yang dituju ialah masyarakat serta kaulamuda diluar sana yang tidak pondok.
3. Kerja sama antara lembaga dengan instansi formal lain yang dibidangi oleh bidang Pesantren Ramadhan (PESARA) dengan mengadakan guru bantu kepada lembaga atau instansi-instansi lain seperti pondok pesantren, TPA, TPQ dan sekolah-sekolah formal seperti SMP dan SMA.

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa bentuk hubungan pemberdayaan santri dalam *public relations* yang dilakukan oleh Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) pondok pesantren Lirboyo Kediri dibentuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan bersama dan selaras dengan pendapat Purwanto, hanya saja dalam hubungan mendidik santri dilingkungan pesantren dicukupkan oleh pihak madrasah saja dan media yang digunakan untuk menyampaikan program melalui berbagai media sosial seperti *E-mail, WhatsApp, Twitter, Facebook, YouTube dan Instagram* adapapun media yang lain yaitu dari informasi-informasi dari perorangan kepada yang lain atau khalayak umum. Sehingga potensi-potensi yang dimiliki santri dapat digali, disalurkan dan dikembangkan.

C. Implementasi Pemberdayaan Santri dalam Public Relations Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri

1. Perencanaan Pemberdayaan Santri dalam *Public Relations*

Linggar Anggoro menyebutkan bahwa pada tahap perencanaan ini ada beberapa alasan yang paling menonjol bagi dilakukannya perencanaan humas tersebut. Adapunn alasan-alasan tersebut antara lain:

- a. Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- b. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
- c. Untuk memilih perioritas-perioritas yang paling penting guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program humas yang telah diprioritaskan tersebut.
- d. Untuk menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan jumlah dan kualitas personel yang ada, daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan serta anggaran yang tersedia (L. Anggoro, 2001).

Dalam konteks Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, perencanaan pemberdayaan santri dalam *public relations*

dirumuskan melalui mekanisme musyawarah. Setiap bidang dalam kepengurusan LIM mengajukan rencana program kerja yang akan dilaksanakan selama satu periode ke depan. Program-program tersebut kemudian dibahas dan dimusyawarahkan dalam forum sidang yang melibatkan seluruh pengurus lembaga. Proses ini mencerminkan pendekatan kolektif-partisipatif dalam pengambilan keputusan strategis di lingkungan pesantren.

2. Pengorganisasian Pemberdayaan Santri dalam *Public Relations*

Longenecher, sebagaimana yang dikutip oleh Sunhaji, mengatakan bahwa pengorganisasian diartikan sebagai aktivitas menetapkan hubungan antara manusia dengan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Dalam artian bahwa kegiatan pengorganisasian berkaitan dengan upaya melibatkan orang-orang ke dalam kelompok, dan upaya melakukan pembagian kerja diantara anggota kelompok itu untuk melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Sunhaji, 2006).

Dalam konteks pemberdayaan santri di bidang *public relations*, Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo telah menerapkan proses pengorganisasian yang sistematis. Struktur organisasi dirancang melalui tahapan yang melibatkan penetapan kepengurusan inti dan penjabaran tugas yang spesifik di setiap bidang. Secara garis besar, tahapan pengorganisasian tersebut meliputi:

- a. Menyusun kepengurusan dengan menentukan dewan harian pusat
- b. Menyusun dewan harian di setiap bidang, antara lain:
 - 1) Panitia Safari Ramadhan (PSR)
 - 2) Panitia Pesantren Ramadhan (PESRA)
 - 3) LIM Productions

Proses penentuan personalia dilakukan secara berjenjang. Dimulai dari rekomendasi Mustahik (wali kelas), dilanjutkan dengan pertimbangan oleh pimpinan lembaga, serta finalisasi melalui arahan dan masukan dari penasehat maupun pihak yang ahli di bidang *public relations* dan dakwah. Pengorganisasian ini menunjukkan adanya pembagian tugas yang jelas, pendelegasian wewenang yang efektif, dan pelibatan berbagai unsur dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini mencerminkan pengorganisasian yang baik sebagaimana dimaksud oleh Longenecher dimana keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya manusia secara fungsional dan strategis.

3. Pelaksanaan Pemberdayaan Santri dalam *Public Relations*

Pelaksanaan kegiatan *public relations* dilaksanakan dengan tujuan mempererat hubungan dengan masyarakat atau instansi di luar sekolah, untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan sehingga masyarakat akan memberi kepercayaan dan dukungan terhadap program yang direncanakan sekolah. Adapun kegiatan tersebut, antara lain (M. L. Anggoro, 2000):

- a. Memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan lembaga pendidikan kepada masyarakat.
- b. Mensosialisasikan kepada masyarakat secara intensif terhadap kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan dan sebagainya agar persepsi masyarakat tidak keliru.

Di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo, pelaksanaan *public relations* dilakukan melalui pemberdayaan santri secara

langsung. Tahapan awal dimulai dengan pendekatan kepada tokoh-tokoh masyarakat dan instansi terkait, seperti perangkat desa, kecamatan, Polsek, Kementerian Agama (DEPAG), UPT, dan Dinas Pendidikan (DIKNAS). Pendekatan ini dilakukan secara resmi dengan membawa proposal kegiatan yang telah disetujui oleh pimpinan lembaga. Selain untuk meminta izin, pendekatan ini juga menjadi sarana sosialisasi terhadap program yang akan dilaksanakan, baik dari segi isi kegiatan maupun jadwal pelaksanaannya.

Pelaksanaan di lapangan tidak hanya berbentuk penyampaian informasi secara lisan, tetapi juga dilakukan dalam bentuk praktik langsung oleh santri. Kegiatan public relations yang dilakukan terbagi dalam tiga bidang utama:

a. Panitia Safari Ramadhan (PSR)

Bidang ini fokus pada kegiatan dakwah kemasyarakatan di berbagai pelosok daerah. Para santri diterjunkan langsung untuk membina masyarakat melalui ceramah, kajian keagamaan, dan kegiatan sosial lainnya.

b. Panitia Pesantren Ramadhan (PESRA)

Merupakan bentuk kerja sama antara LIM dan lembaga formal lainnya. Para santri diberdayakan sebagai guru bantu di lembaga-lembaga seperti pondok pesantren, TPA, TPQ, serta sekolah-sekolah formal tingkat SMP dan SMA. Ini mencerminkan sinergi antara pesantren dan dunia pendidikan luar.

c. LIM Productions

Bidang ini menangani kegiatan media dan publikasi. Konten yang dibuat berupa profil pesantren, dokumentasi kegiatan, serta konten dakwah yang disebarluaskan melalui media sosial seperti *YouTube*, *Facebook*, dan *Instagram*. Sasaran utamanya adalah masyarakat umum, terutama generasi muda non-pesantren agar nilai-nilai pesantren dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Dengan demikian, pelaksanaan pemberdayaan santri dalam bidang public relations di LIM telah berjalan efektif, terutama dalam hal kolaborasi dengan berbagai pihak dan keterlibatan langsung santri di masyarakat. Namun, efektivitas ini dapat lebih ditingkatkan lagi dengan menambahkan sistem evaluasi berbasis partisipasi publik dan pengukuran persepsi masyarakat secara periodik.

4. Evaluasi Pemberdayaan Santri dalam Public Relations

Evaluasi pelaksanaan program *public relations* bertujuan untuk mengetahui implikasi suatu lembaga pendidikan terhadap publik atau khalayak dalam berbagai hal. Sedangkan fungsi evaluasi pelaksanaan *public relations* di berbagai lembaga khususnya lembaga pendidikan adalah (Minarti, 2011):

a. Evaluasi berfungsi selektif, sekolah harus mempunyai cara untuk mengadakan seleksi terhadap berbagai kinerjanya apakah itu tetap dilaksanakan, dimodifikasi atau ditinggalkan.

b. Evaluasi berfungsi diagnostic, dengan melihat hasilnya sekolah akan mengetahui berbagai kelemahannya dari apa yang telah dilaksanakan selama ini.

Dalam konteks Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo, evaluasi terhadap pemberdayaan santri dalam bidang public relations dilakukan secara rutin dan sistematis. Proses evaluasi mencakup tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan, dan hasil akhir dari program. Setiap bidang-baik Panitia Safari Ramadhan (PSR), Panitia Pesantren Ramadhan (PESRA), maupun LIM

Productions-melakukan evaluasi internal secara berkala, yakni satu kali dalam sebulan. Evaluasi ini bersifat berkelanjutan dan menjadi bagian dari siklus manajemen kegiatan yang dilakukan di bawah pengawasan pimpinan lembaga.

Evaluasi juga bersifat responsif terhadap dinamika pelaksanaan. Jika dalam proses berjalan ditemukan kendala atau penyimpangan dari rencana awal, maka evaluasi dapat dilakukan secara insidental guna segera merumuskan solusi yang tepat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa evaluasi bukan hanya dilakukan pasca program berakhir, melainkan juga berlangsung secara paralel dengan implementasi program, sejalan dengan konsep evaluasi formatif dan sumatif dalam manajemen pendidikan.

Penilaian mencakup aspek ketercapaian target, efektivitas pelaksanaan, efisiensi sumber daya, serta penerimaan dari masyarakat sebagai sasaran utama kegiatan public relations. Proses evaluasi ini juga digunakan untuk memilah program yang layak dipertahankan, serta mengidentifikasi area yang perlu disempurnakan. Evaluasi yang dilakukan pemberdayaan santri dalam *Public relations* Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) disetiap bidang yang ada di lembaga dengan melihat ketercapaian dari setiap program yang dilaksanakan baik dari tahap persiapan, pelaksanaan dan hasil yang dicapai, adapun waktu evaluasi dilakukan secara rutin dalam satu bulan 1 kali dan berkelanjutan, selalu dalam pengawasan serta mempertimbangkan mana yang harus dipertahankan dan mana yang harus diperbaiki, dan apabila dipertengahan pelaksanaan program terdapat kendala maka akan dilakukan evaluasi secara mendadak.

Praktik ini selaras dengan pandangan Khairina, yang menyatakan bahwa evaluasi yang efektif dilakukan melalui penilaian terhadap kesiapan pelaksanaan, pelaksanaan program itu sendiri, serta hasil yang dicapai. Evaluasi yang berorientasi pada *feedback* dan refleksi juga memungkinkan lembaga melakukan penyesuaian program secara real-time, sehingga program tetap relevan dan adaptif terhadap kebutuhan dan tantangan yang ada (Khairina, 2017). Dengan demikian, sistem evaluasi di LIM sudah cukup matang dalam hal struktur dan pelaksanaan, namun akan lebih optimal bila dikombinasikan dengan pendekatan evaluasi berbasis data dan partisipatif sebagai penguatan transparansi dan akuntabilitas.

D. Manfaat Pemberdayaan Santri dalam *Public Relations* Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri

Manfaat pelaksanaan kegiatan public relations dalam lembaga pendidikan tidak dapat dilepaskan dari fungsi dan tujuan dasar dari kegiatan tersebut. Public relations bertujuan untuk menjembatani hubungan antara lembaga dan publik, guna menciptakan partisipasi aktif serta memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Dalam konteks pendidikan, public relations berfungsi untuk membangun komunikasi yang efektif antara lembaga dan masyarakat, sehingga mendorong keterlibatan masyarakat secara penuh dan bermakna dalam berbagai kegiatan lembaga (Nandini, 2007). Menurut Nandini, terdapat tiga peran utama public relations dalam lembaga pendidikan:

1. Membina hubungan baik dengan masyarakat.
2. Meningkatkan loyalitas masyarakat.
3. Menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga

Berdasarkan kerangka tersebut, pemberdayaan santri dalam bidang public relations di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri

memberikan berbagai manfaat strategis, baik bagi santri, lembaga, maupun masyarakat luas, antara lain:

1. Meningkatkan relasi sosial dan keagamaan antara pesantren dan Masyarakat

Melalui kegiatan seperti Safari Ramadhan, santri LIM berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman praktik dakwah bagi santri, tetapi juga memperkuat fungsi sosial-keagamaan pesantren sebagai agen perubahan di masyarakat. Santri menjadi duta pesantren yang menjembatani nilai-nilai keislaman dengan kebutuhan masyarakat.

2. Membangun citra positif pondok pesantren di mata publik

Pelibatan santri dalam public relations turut memperkenalkan pesantren secara aktif melalui berbagai media, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media sosial (melalui LIM Productions). Strategi ini sejalan dengan prinsip image building dalam teori public relations modern, di mana representasi visual dan komunikasi strategis menjadi faktor penting dalam membangun reputasi institusi.

3. Menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga

Interaksi yang terbangun melalui kegiatan dakwah, edukasi, dan sosial menciptakan ikatan emosional antara masyarakat dan lembaga. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang penting dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan program-program pendidikan dan keagamaan di pesantren.

4. Mengembangkan soft skills dan pengalaman praktis santri

Manfaat lain yang bersifat internal adalah tumbuhnya keterampilan komunikasi, manajemen program, kerja tim, dan kepemimpinan di kalangan santri. Keterampilan ini penting sebagai bekal santri menghadapi tantangan sosial di luar lingkungan pesantren dan sebagai calon pemimpin umat.

Dengan demikian, manfaat pemberdayaan santri dalam bidang public relations tidak hanya bersifat eksternal (membangun citra dan hubungan dengan masyarakat), tetapi juga berdampak secara internal terhadap pengembangan kapasitas personal dan profesional para santri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap praktik pemberdayaan santri dalam public relations di Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, dapat disimpulkan beberapa hal penting yang merepresentasikan pencapaian, tantangan, dan nilai strategis dari program tersebut:

1. **Tujuan pemberdayaan santri** dalam bidang public relations tidak hanya ditujukan untuk membekali santri dengan pengalaman bermasyarakat, tetapi juga untuk memperluas peran pesantren dalam pembangunan sosial-keagamaan. Tujuan ini mencerminkan integrasi antara visi kelembagaan dengan misi dakwah transformatif yang berakar pada nilai-nilai keislaman dan sosial. Santri tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai objek pendidikan, tetapi sebagai subjek yang aktif berperan dalam proses edukasi masyarakat.
2. **Bentuk pemberdayaan santri** telah diimplementasikan secara struktural melalui pembagian tugas pada bidang-bidang strategis seperti PSR, PESRA, dan LIM

Productions. Ketiga bidang ini tidak hanya menjalankan fungsi teknis, tetapi juga menjadi wadah pengembangan kapasitas dalam aspek kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen program. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan dilakukan secara multilevel: spiritual, sosial, dan digital.

3. Implementasi program pemberdayaan, yang mencakup tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, menunjukkan bahwa LIM menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategis berbasis nilai. Pendekatan yang digunakan tidak hanya bersifat prosedural, tetapi juga responsif terhadap dinamika sosial yang berkembang di masyarakat. Hal ini tampak dari fleksibilitas sistem evaluasi, yang dilakukan secara berkala maupun insidental sesuai kebutuhan.

4. Manfaat dari program pemberdayaan ini terlihat dalam dua aspek utama. Pertama, secara eksternal, hubungan antara pesantren dan masyarakat menjadi lebih erat, menciptakan persepsi positif yang berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan publik terhadap pesantren. Kedua, secara internal, santri memperoleh pengalaman praktis yang menjadi modal penting dalam pengabdian mereka di tengah masyarakat. Program ini tidak hanya mencetak santri yang religius secara teoritis, tetapi juga yang adaptif secara sosial dan komunikatif.

Secara keseluruhan, pemberdayaan santri dalam public relations di LIM merupakan sebuah inovasi yang menunjukkan bagaimana pesantren mampu merespons tantangan zaman tanpa kehilangan identitas tradisionalnya. Namun demikian, program ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut melalui benchmarking terhadap lembaga serupa serta memperluas kolaborasi lintas sektor guna memperkuat kapasitas dan daya jangkau program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) Pondok Pesantren Lirboyo Kediri atas kesempatan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penelitian ini. Keramahan, keterbukaan informasi, serta bantuan dari para pengurus dan seluruh pihak yang terlibat telah memberikan kontribusi besar terhadap kelancaran pengumpulan data hingga tersusunnya hasil penelitian ini. Semoga kebaikan dan dedikasi yang diberikan menjadi amal jariyah dan terus membawa kemajuan bagi lembaga dan pondok pesantren.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Penulis bertanggung jawab penuh atas seluruh tahapan dalam penulisan artikel ini. Penulis merancang topik dan tujuan penelitian, melakukan studi pustaka, pengumpulan dan analisis data, serta menyusun dan merevisi naskah hingga siap untuk dipublikasikan. Tidak ada pihak lain yang terlibat secara langsung dalam proses penelitian dan penulisan artikel ini.

REFERENSI

- Almanshur, M. D. G. dan F. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Anggoro, L. (2001). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. PT. Bumi Aksara.
- Anggoro, M. L. (2000). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Departemen Agama RI. (2003). Departemen Agama RI.

- Haedari, A. (2004). *Masa Depan Pesantren Dalam Tantangan Modernistas dan Tantangan Komplexitas Global*. IRD Press.
- Iriantara, Y. (2013). *Manajemen Humas Sekolah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Khairina, N. (2017). Implementasi Public relations dalam Membangun Citra Positif Universitas Abdurrab Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(2).
- Mas'ud, A. (2002). *Dinamika Pesantren dan Madrasah*. Pustaka Pelajar.
- Minarti, S. (2011). *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Ar-Ruzz Media.
- Moloeng Lexy, J. (2014). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi. In *PT Remaja Rosdakarya. Bandung* (Issue March). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. (2013). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. PT. Bumi Aksara.
- Muslim, A. (2009). *Metodologi Pengembangan masyarakat*. Teras.
- Nandini, R. (2007). *Strategi Public relations Jungle Fest Bogor dalam Meningkatkan Minat Pengunjung*. Repository Unpas.
- Purwanto, N. (1987). *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Ropi, D. S. dan I. (2018). *Gen Z: Kegagalan Identitas Keagamaan*. Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN.
- Sunhaji. (2006). *Manajemen Madrasah: Telaah Atas Realitas Manajemen Pendidikan di Madrasah*. Grafindo Litera Media.
- Undang-Undang RI. (2019). *Tentang Pesantren, 18*.
-

Copyright Holder :

© Nur Alif Abdul Kholik, (2025).

First Publication Right :

© Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

This article is under:

CC BY SA