

PENGGUNAAN STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PADA PESANTREN AL JAWAMI

Hanna Wisudawaty¹, Muhammad Al Assad Rohimakumullah², Muhammad Satria Duva Dama³,
Dr. Dewi K. Soedarsono, M.Si.⁴,

¹ Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

² Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

³ Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

⁴ Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

E-mail: *¹hannahwd@telkomuniversity.ac.id,

²Assadr@telkomuniversity.ac.id,

³damasatriand@telkomuniversity.ac.id,

⁴dsoedarsono@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Industri pendidikan saat ini menjadikan pemasaran secara daring sebagai fokus untuk meraih target penerimaan siswa/i baru secara signifikan. Hal ini juga diterapkan oleh salah satu sekolah MA Al-Jawami yang berada dibawah naungan Pesantren Al Jawami. Phenomena ini memunculkan sebuah *gap* tersendiri dikarenakan seluruh aktifitas di masa pandemic Covid-19 menjadi terbatas dimana pemasaran yang biasanya dilakukan secara tatap muka (*onsite*) harus berubah menjadi kegiatan pemasaran secara daring (online) guna meningkatkan citra supaya tetap tercapainya target admisi (PPDB). Maka, diperlukan aktifitas untuk meningkatkan citra Pesantren Al-Jawami dengan cara meningkatkan kepuasan para siswanya terkait kualitas pendidikan di Pesantren Al- Jawami dengan cara memberikan pelatihan dengan metode terkini. Seiring dengan hal tersebut, tim Dosen Universitas Telkom yang berkeahlian Digital Marketing dan *Public Relations* bersinergi untuk memberikan pelatihan terkini yang fokus pada pemanfaatan *digital marketing*. Berdasarkan kegiatan tersebut, pihak Pesantren melalui MA Al-Jawami telah berhasil memberikan sebuah *update* dan *upgrade* tentang digital marketing bagi para siswa entrepreneur dan bagi yang baru mau merintis usahanya. Kegiatan pelatihan ini juga berdampak positif dalam meningkatkan citra dari Pesantren Al-Jawami karena para siswa diberikan kepuasan dan paham tentang pentingnya Marketing Public Relations dan dapat mereka implementasikan di usaha mereka sendiri.

Kata Kunci: Strategi Marketing, *Public Relations*, MA Al-Jawam

PENDAHULUAN

Era digital sudah memasuki berbagai situasi dan kondisi tidak hanya di institusi sekolah umum termasuk sekolah berbasis Pesantren. Namun, era digital saat ini memerlukan adaptasi yang cukup menantang dimana sekolah yang berbasis pesantren dituntut untuk bersaing lebih ketat mengingat keterbatasan Sumber Daya dan Keahlian Pesantren menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan keahlian yang dibutuhkan untuk mengelola strategi marketing Public Relations secara efektif di era digital. Mungkin sulit bagi pesantren untuk memiliki tim atau personal yang khusus terlatih dalam pemasaran digital dan strategi Public Relations online. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan pesantren dalam mengoptimalkan potensi penuh dari strategi digital mereka.

Lalu, terbatasnya akses dan infrastruktur digital di beberapa wilayah, keterbatasan akses internet atau infrastruktur digital yang terbatas masih menjadi kendala. Pesantren Al Jawami mungkin menghadapi kesulitan dalam mencapai audiens secara online jika konektivitas internet tidak stabil atau kecepatan internet rendah. Hal ini dapat menghambat Upaya Pesantren dalam menyampaikan pesan dan mempromosikan diri secara efektif melalui platform digital. Hal ini juga di dukung oleh penelitian Nurul Hidayati menyatakan Strategi pemasaran pendidikan yang efektif akan memiliki feedback yang baik terhadap sekolah, karena citra sekolah dimasyarakat menjadi lebih baik dan sekolah akan diminati peserta didik baru. Pesantren Al Jawami adalah sebuah Pondok Pesantren yang berlokasi di Komp. Pesantren Al Jawami, Kp. Sindangsari RT003/RW.021. pesantren ini memiliki program Pendidikan formal seperti MTs Al Jawami dan MA Al Jawami, serta program nonformal seperti pengajian tiap Kamis.

Penggunaan strategi marketing public relations pada Pesantren Al Jawami dapat memberikan berbagai manfaat yang signifikan, antara lain:

- Strategi marketing public relations dapat membantu Pesantren Al Jawami meningkatkan visibilitas dan kesadaran tentang keberadaan pesantren di kalangan masyarakat luas. Dengan melakukan kegiatan promosi yang efektif, seperti liputan media, publikasi artikel, atau kehadiran di acara-acara terkait, pesantren dapat meningkatkan pengetahuan publik tentang pesantren dan nilai-nilai yang diusungnya.
- Strategi marketing public relations dapat membantu Pesantren Al Jawami membangun reputasi yang kuat di mata masyarakat. Dengan menyampaikan pesan-pesan positif tentang pesantren dan menciptakan hubungan yang baik dengan publik, pesantren dapat memperoleh kepercayaan dan penghargaan dari masyarakat. Reputasi yang baik akan membantu pesantren dalam memperoleh santri baru, dukungan komunitas, dan kemitraan dengan pihak-pihak terkait. Melalui strategi marketing public relations yang efektif, Pesantren Al Jawami dapat menarik minat calon santri. Dengan menyampaikan informasi yang jelas tentang keunggulan pendidikan dan lingkungan belajar pesantren, pesantren dapat menarik minat calon santri dan membantu mereka dalam mengambil keputusan untuk bergabung dengan pesantren.

- Strategi marketing public relations dapat membantu Pesantren Al Jawami memperkuat keterlibatan dengan alumni dan komunitas sekitar. Dengan mengadakan acara, mengirimkan informasi terkini, atau melibatkan mereka dalam kegiatan pesantren, pesantren dapat membangun hubungan yang erat dan memperoleh dukungan yang berkelanjutan dari alumni dan komunitas sekitar. Melalui strategi marketing public relations yang efektif, Pesantren Al Jawami dapat meningkatkan dukungan dan pembiayaan untuk keberlangsungan pesantren. Dengan memperoleh perhatian dan minat dari berbagai pihak, termasuk lembaga amal, perusahaan, atau individu, pesantren dapat mendapatkan dukungan finansial yang dapat digunakan untuk pengembangan fasilitas, program pendidikan, atau kegiatan sosial lainnya.

Dengan menerapkan strategi marketing public relations yang tepat, Pesantren Al Jawami dapat memperoleh manfaat dan mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Namun, penting untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai dan karakteristik pesantren serta menjaga integritas dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran.

METODE

Kegiatan ini merupakan kegiatan berbagi ilmu dan coaching dari Tim PKM yang terdiri dari dosen-dosen dan mahasiswa Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Universitas Telkom, dalam upaya pemberdayaan masyarakat guna menjadi masyarakat yang lebih unggul khususnya dalam bidang public relations dalam **Penggunaan Strategi Marketing Public Relations pada Pesantren Al Jawami Kegiatan ini dilaksanakan Pada Haru Senin 18 Juni 2023, yang bertepatan di Pesantren Al Jawami, Cileunyi.**

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan Teknik coaching. Teknik coaching merupakan Teknik yang mengajarkan, membimbing, dan Memberikan instruksi kepada seseorang agar orang yang di tuju dapat memperoleh keterampilan atau metode baru dalam melakukan sesuatu untuk mencapai suatugasasaran yang dihendaki. Setelah didapatkan pemahaman yang sama, selanjutnya relawan diminta melakukan untuk mengaplikasikan hasil coaching tersebut dalam berkomunikasi dengan pasien dan keluarga di Yayasan Kanker Ambu. Adapun bentuk, jadwal dan tempat kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada table di bawah ini;

Tabel 1. Bentuk, Jadwal, dan Tempat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Time		Durasi	Deskripsi	PIC
	Start	End			
1	09.30	10.00	30'	Checklist sound, video, dan persiapan teknis	Panitia Acara (Mahasiswa DPR)
2	10.00	10.10	10 ¹	Mobilisasi Siswa + Absen.	Panitia Acara (Mahasiswa DPR) di bantu oleh pihak sekolah
3	10.10	10.20	10'	Opening, Indonesia raya, mars telu. Pembacaan doa	MC (Panitia stanby)
4	10.20	10.30	10'	Sambutan dan pembukaan oleh Kepala sekolah dan Ketua Abdimas Digital Public Relations	Ketua Acara Abdimas & Kepala Sekolah MA Al Jawami
5	1030	11.15	45	Materi 1 & Tanya Jawab	Narasumber: Muhammad Satria Duvaj Dama

6	11 15	11.45	30	Materi 2	Narasumber Hanna Wisudawaty
7	11.45	12.00	15'	Pemberian hadiah penanya terbaik. Foto Bersama dan Closinp	MC

Pendampingan yang telah di lakukan ini dimulai pada pukul 09.30 hingga 11.45. Acara ini dimulai dengan persiapan set tempat, sambutan, pembacaan doa dan materi. Selanjutnya, memberikan materi serta fun games.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil singkat Pesantren Aljawami

Pesantren sindangsari Al-Jawami didirikan tanggal 03 Mei 1931 oleh Asy-Syaikh K.H. Muhammad Sudja'I (Almarhum) dengan nama asalnya pesantren "Sindangsari". Inisiatif KH. Muhammad Sudjai ini mendapat dukungan dari ayah beliau yaitu KH. Dimyati. Pesantren "Sindangsari" merupakan pesantren tradisional yang cukup terkemuka di Jawa Barat, sehingga sampai saat ini sudah melahirkan ribuan alumni dari tahun 1931. Mereka pada umumnya menjadi ulama-ulama di berbagai pelosork di Jawa Barat, dan diantaranya tidak sedikit yang menjadi pejabat pemerintah dan menjadi pengusaha terkemuka.

Pada tahun 1960-an Pembangunan ditingkatkan dengan dibentuknya panitia Pembangunan pesantren, antara lain Bapak H.Djunaedi (sebagai Ketua Pembangunan) dan HR. Totoh Abdul Fatah, salah seorang menantu menjadi wakil Ketua, Bpk.H. Shaleh (Sekretaris) dan tokoh-tokoh lainnya seperti R.H. Yahya (Caringin), sebagai seksi usaha dana, yaitu yang

meliputi fisik madrasah yang besar dan masjid dalam Pembangunan kedua yang hasilnya lebih baik dibanding dengan Pembangunan pertama pada tahun 1931. Sesuai dengan kebutuhan dan untuk meningkatkan syi'ar al-Jawami, masjid pada Pembangunan ketiga dengan ciri khas adanya Menara yang tinggi menjulang, dengan gamabar (sketsanya) dibuat oleh seorang arsitek muda, sekaligus sebagai pelaksana Pembangunan, yaitu Endang Rachmat. Pembangunan Masjid ketiga dan Madrasah besar dipimpin oleh KH.R. Totoh Abdul Fatah dibantu pula oleh saudara- saudaranya seperti, BPK. H. DJaenudin (Babakan Situ), Bpk. KH.Manshur, Bpk. KH.E.Rachmat, Bpk.KH.Atjep Rachmat, Bpk. KH. Atjep Rachmat, Bpk.KH.Aceng Dahlan dan Bpk.K.Ade Abdul Manaf.

Pada tahun 1977 bersamaan dengan diselenggarakannya lembaga pendidikan formal, nama Pesantren "Sindangsari" ditingkatkan dengan nama Pesantren Sindangsari Al-Jawami Cileunyi Bandung. Al-Jawami memiliki pengertian "lengkap dan universal". Nama ini juga diambil dari nama sebuah kitab yang disenangi beliau, sesepuh pesantren, yaitu Kitab Ushul Fiqih "Jamul Jawami" Beliau senang dengan nama itu dan peletakkan batu pertama Madrasah Aliyah langsung oleh beliau disaksikan oleh Bapak H.A.Kunaefi, Gubemur Jawa Barat dan H.R. Moch. Yogi S.M., Panglima KODAM III Siliwangi. Sejak saat itulah secara bertahap, lembaga pendidikan formal di Pesantren Sindangsari Al-Jawami mulai didirikan, yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA) yang dalam pembangunannya dipimpin oleh K.H.R. Totoh Abdul Fatah dan lembaga pendidikan tinggi lainnya.

2. Strategi Marketing Public Relations Pesantren Aljawami dalam meningkatkan citra untuk menjaga kestabilan PPDB.

Dalam rangka pengabdian Masyarakat di Pesantren Al Jawami telah diselenggarakan serangkaian materi pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang berharga kepada peserta mengenai strategi Komunikasi Pemasaran. Rincian materi yang di berikan sebagai berikut :

Dasar komunikasi dan Pemasaran :

Pada penyampaian materi mengingat audiens merupakan remaja tentu harus dengan Bahasa yang praktis serta teoritis. Materi awal Peserta diperkenalkan pada konsep, dasar komunikasi dan pemasaran dalam konteks pemasaran salah satunya melalui konten digital media social. Turut di sampaikan juga definisi Pemasaran menurut Kotler yaitu suatu proses yang melibatkan individu dan kelompok yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Lalu, masuk pada startegi pemasaran Philip Kotler yang menyatakan cara dimana fungsi pemasaran mengatur kegiatnnya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran Masyarakat. Membangun Relasi: Materi ini mengajarkan pentingnya membangun relasi yang kuat dengan audiens dan pemangku kepentingan dalam konteks strategi pemasaran. Peserta mendapatkan panduan dalam mengelola hubungan yang berkelanjutan.

Studi Kasus : Peserta diberikan studi kasus yang ada di media social, antusias siswa terlihat dengan kemauan bertanya. Pada pertanyaan siswa-siswi tentu banyak keingintahuan yang dilakukan oleh influencer pada platform media social dan diskusi tersebut berjalan dengan efektif. Lalu, setelah itu untuk memantapkan pelatihan tersebut narasumber memilih 3 kelompok yang terdiri dari 2 orang,

ditugaskan untuk membuat marketing dengan konten yang menarik serta ringkas. Jajaran staf dan guru ikut andil dalam memberikan ide pada siswa-siswi.



Proses yang dilakukan untuk menjelaskan materi kepada siswa-siswi Al Jawami mengutamakan Proses Komunikasi efektif secara efektif. Komunikasi efektif itu sendiri membantu siswa- siswi untuk memahami secara aktif.

KESIMPULAN

Dari seluruh pemaparan yang telah di berikan, dapat disimpulkan bahwa Siswa-Siswi Pesantren Aljawami pernah melakukan kegiatan pemasaran dengan acara market day, dengan pelatihan tersebut sangat membantu dalam memahami secara konsep dan praktis di lapangan.

Pelatihan tersebut sudah bisa dipraktekan oleh siswa siswi Pesantren Aljawami. Lalu Pesantren tersebut sudah ter literasi tentang pemanfaatan menggunakan digital marketing serta membangun relasi. Rasa percaya diri dan meningkatkan daya saing dari siswa yang sudah memiliki produk atau baru memulai atau cita-cita ingin menjadi entrepreneur.

Pengabdian masyarakat di Pesantren Al Jawami melalui strategi Marketing Public Relations menjadi usaha efisien dan efektif dalam membangun citra pesantren dihadapan para siswa, dengan harapan akan disampaikan kembali dilingkungannya masing-masing, sehingga bisa meraih dan menjaga kestabilan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Dalam rangka mendukung upaya ini, serangkaian pelatihan telah dilaksanakan dengan fokus pada literasi marketing digital dan pembangunan relasi komunikasi dalam konteks pemasaran. Melalui pendekatan yang praktis dan teoritis, pesantren telah berhasil meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Serangkaian pelatihan dilaksanakan dengan literasi marketing digital. Materi ini memberikan penerangan bagi para siswa pesantren Al Jawami untuk memahami pentingnya peran media sosial dan pemasaran digital dalam era digital saat ini. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan tentang strategi marketing, tetapi juga memberikan pandangan yang lebih luas tentang bagaimana PR (Public Relations) dapat berperan penting dalam membangun citra positif dari usaha kecil atau UMKM para siswa melalui media digital.

Pelatihan selanjutnya adalah Bagaimana cara menghubungkan Public Relations

dengan strategi pemasaran. Materi ini memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dasar Public Relations dan pemasaran yang memungkinkan peserta untuk mengenali target market dan audiens, merancang pesan yang efektif, dan menentukan tujuan komunikasi yang akurat. Penggunaan studi kasus konkret tentang pemasaran di instansi akademis secara nyata membantu para siswa memahami bagaimana strategi pemasaran dan PR dapat menghasilkan hasil positif dalam membangun citra merek atau UMKM mereka. Diskusi dan interaksi dengan narasumber serta dukungan dari staf dan guru pesantren Al Jawami membuat situasi menjadi lebih interaktif dan bisa membangun pemahaman yang lebih mendalam. Pelatihan ini menunjukkan bahwa pemahaman teoritis harus diterapkan dalam situasi nyata untuk mencapai hasil yang optimal. Kombinasi dari literasi marketing digital dengan penerapan konsep strategi marketing Public Relations bisa memperkuat kemampuan siswa dalam menghadapi tantangan di era digital yang bisa berubah dengan cepat.

Dengan demikian, pelatihan strategi Marketing Public Relations yang dilaksanakan oleh Pesantren Al Jawami mampu meningkatkan citra pesantren dan mempertahankan kestabilan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Melalui literasi marketing digital dan pemahaman strategi Marketing Public Relations yang komprehensif, pesantren telah menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya pemasaran yang efektif dan hubungan yang positif dengan target market dan audiens. Kombinasi antara teori dan praktik dalam pelatihan ini menjadi landasan kuat dalam mempersiapkan siswa untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat dan intens di era digital ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Yayasan Al Jawai, terutama untuk jajaran guru dan staf administrasi dari MA Al Jawami atas tersedianya waktu dan tempat demi terlaksananya kegiatan PKM ini. Rasa terima kasih juga diberikan kepada narasumber yang telah bersedia mengisi kegiatan seminar ini.

REFERENSI

Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Anggoro, M. Linggar. (2002). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Elvinaro, Ardianto. (2008). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.

Wasesa, Silih Agung. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.