

STRATEGI KOMUNIKASI DAN REPRESENTASI INSTITUTIONAL : PERAN HUMAS PESANTREN DARUL AMAN GOMBARA DALAM MEMBANGUN CITRA PUBLIK PESANTREN

Abdul_Ghaffar Al Qurtuby¹, Sumarni Sumai², Iskandar³, Sulvinajayanti⁴,
Afidatul Asmar⁵

¹²³⁴⁵Institut Agama Islam Negeri Parepare, Sulawesi Selatan, Indonesia

Abstract. *This study examines the public relations communication strategy of Pesantren Darul Aman Gombara in constructing institutional representation to strengthen its public image in the digital era. The research is motivated by the growing importance of strategic communication in Islamic educational institutions, where public relations functions have evolved beyond information dissemination toward managing institutional identity, reputation, and public trust. Despite numerous studies on pesantren public relations, limited attention has been given to the role of public relations in constructing institutional representation through communication practices. This study employs a qualitative approach using a case study design. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and document analysis involving pesantren leaders, public relations officers, media administrators, teachers, students, alumni, parents, and community members. The collected data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña through data condensation, data display, and conclusion drawing, while validity was ensured through triangulation and member checking. The findings reveal that the public relations unit has implemented a comprehensive communication strategy based on audience segmentation, message planning, media integration, and continuous evaluation. Institutional representation is constructed through five major dimensions: communication language, institutional symbols, organizational narratives, visual communication, and discursive practices. These communication strategies consistently portray the pesantren as a modern Islamic educational institution that integrates religious values, academic excellence, character development, and community engagement. The study concludes that strategic public relations communication plays a significant role in shaping institutional representation, which subsequently contributes to strengthening public image, enhancing community trust, and reinforcing the competitive position of the pesantren in the contemporary digital communication environment*

Keywords: *Public Relations Communication Strategy; Institutional Representation; Public Image; Islamic Boarding School; Digital Communication.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi humas Pesantren Darul Aman Gombara dalam membangun representasi institusional sebagai upaya memperkuat citra publik di era digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pentingnya komunikasi strategis pada lembaga pendidikan Islam, di mana fungsi humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola identitas kelembagaan, reputasi, dan kepercayaan masyarakat. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji strategi humas pesantren, kajian mengenai peran humas dalam membangun representasi institusional melalui*

praktik komunikasi masih relatif terbatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi dengan melibatkan pimpinan pesantren, pengelola humas, tim media, guru, santri, alumni, wali santri, serta masyarakat. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui proses kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data dijamin melalui triangulasi dan member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas telah menerapkan strategi komunikasi yang komprehensif melalui segmentasi khalayak, perencanaan pesan, integrasi berbagai media komunikasi, serta evaluasi secara berkelanjutan. Representasi institusional dibangun melalui lima dimensi utama, yaitu bahasa komunikasi, simbol kelembagaan, narasi institusional, komunikasi visual, dan praktik diskursif. Strategi komunikasi tersebut secara konsisten membentuk representasi pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam modern yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, keunggulan akademik, pembinaan karakter, dan pengabdian kepada masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi humas memiliki peran penting dalam membentuk representasi institusional yang berdampak pada penguatan citra publik, peningkatan kepercayaan masyarakat, serta memperkuat daya saing pesantren di tengah perkembangan komunikasi digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Humas; Representasi Institusional; Citra Publik; Pesantren; Komunikasi Digital.

Pendahuluan

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Keberadaan pesantren memperoleh pengakuan formal melalui Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren yang menegaskan bahwa pesantren merupakan bagian dari sistem pendidikan nasional sekaligus memiliki fungsi sebagai lembaga pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Pengakuan tersebut memperkuat posisi pesantren sebagai institusi yang tidak hanya berorientasi pada pengembangan ilmu keislaman, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan karakter, penguatan nilai-nilai sosial-keagamaan, dan pembangunan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi lembaga pendidikan dengan masyarakat. Di era digital, citra suatu lembaga tidak lagi hanya dibangun melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan melalui berbagai media digital. Website resmi, media sosial, publikasi kegiatan, dokumentasi visual, hingga layanan informasi daring menjadi instrumen penting dalam

membangun persepsi publik terhadap lembaga Pendidikan (Majid et al., 2025). Dalam konteks tersebut, fungsi hubungan masyarakat (humas) mengalami perkembangan dari sekadar penyampai informasi menjadi pengelola komunikasi strategis yang berperan dalam membangun reputasi, legitimasi, dan kepercayaan publik.

Berdasarkan perspektif komunikasi organisasi, citra publik merupakan hasil konstruksi persepsi yang terbentuk melalui interaksi antara organisasi dengan para pemangku kepentingannya. Citra tersebut dipengaruhi oleh kualitas komunikasi, konsistensi pesan, identitas kelembagaan, serta pengalaman publik terhadap organisasi (Gray & Balmer, 1998). Oleh karena itu, keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam membangun citra positif tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan pendidikan yang diberikan, tetapi juga oleh kemampuan humas dalam mengelola komunikasi yang efektif, transparan, dan berkesinambungan.

Bagi pesantren, komunikasi kelembagaan memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas dakwah. Prinsip komunikasi dalam Islam menempatkan kejujuran, kebijaksanaan, serta penyampaian informasi yang benar sebagai landasan utama dalam membangun hubungan sosial.

Perubahan lingkungan komunikasi tersebut mendorong pesantren untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan media digital. Salah satu pesantren yang menunjukkan perkembangan komunikasi kelembagaan secara signifikan adalah Pesantren Darul Aman Gombara Makassar. Pesantren ini tidak hanya mengembangkan sistem pendidikan berbasis *boarding school*, tetapi juga memanfaatkan berbagai media komunikasi resmi untuk menyampaikan informasi, publikasi kegiatan, prestasi santri, pelayanan pendidikan, hingga aktivitas sosial kemasyarakatan.⁶ Melalui media tersebut, pesantren membangun representasi kelembagaan yang memperlihatkan identitas, nilai, budaya organisasi, dan orientasi pendidikan kepada masyarakat.

Penguatan fungsi humas di Pesantren Darul Aman Gombara mulai terlihat secara lebih sistematis sejak tahun 2020 melalui pembentukan tim media, peningkatan anggaran publikasi, serta pembentukan lembaga sosial Darul Aman Peduli. Pengembangan tersebut diikuti oleh peningkatan jumlah santri dari 982 orang pada Januari 2020 menjadi sekitar 1.400 santri pada Juli 2024.⁷ Meskipun peningkatan jumlah santri tidak dapat secara langsung disimpulkan sebagai akibat dari aktivitas humas, fenomena tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa penguatan komunikasi kelembagaan berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap pesantren.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi humas pesantren, terutama dalam pemanfaatan media sosial, manajemen hubungan masyarakat, maupun strategi promosi lembaga pendidikan. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih menempatkan humas sebagai pelaksana publikasi dan promosi kelembagaan. Kajian mengenai humas sebagai aktor yang membangun representasi institusional melalui produksi makna, simbol, identitas, dan narasi kelembagaan masih relatif terbatas. Padahal, dalam perspektif teori representasi, komunikasi tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara publik memahami identitas suatu lembaga.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan kajian dengan menganalisis strategi komunikasi humas sebagai proses pembentukan representasi institusional yang berimplikasi terhadap citra publik pesantren. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi komunikasi humas dirancang, bagaimana representasi institusional dibangun melalui aktivitas komunikasi, serta bagaimana representasi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra publik Pesantren Darul Aman Gombara. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian komunikasi organisasi dan komunikasi Islam, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi penguatan manajemen humas pesantren di era digital.

Tinjauan Pustaka

Strategi Komunikasi Humas

Penelitian ini dimulai dari posisi Humas Pesantren Darul Aman Gombara sebagai aktor utama dalam pengelolaan komunikasi lembaga. Humas memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan masyarakat, dan mengelola makna publik terhadap pesantren.

Strategi komunikasi humas mencakup beberapa unsur utama, yaitu tujuan komunikasi, khalayak sasaran, pesan utama, media komunikasi, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi (Sari & Soegiarto, 2021). Unsur-unsur tersebut menentukan arah komunikasi lembaga. Strategi yang terencana membuat humas mampu memilih informasi yang perlu ditonjolkan, menentukan cara penyampaian pesan, serta memilih saluran komunikasi yang sesuai dengan karakter publik.

Dalam hubungan kausal, strategi komunikasi menjadi faktor awal yang memengaruhi terbentuknya representasi institusional (Adityawan et al., 2026). Jika strategi komunikasi humas tersusun dengan jelas, pesantren dapat tampil secara konsisten, terarah, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Sebaliknya, strategi yang tidak terarah dapat menghasilkan representasi yang lemah, tidak konsisten, atau tidak sesuai dengan identitas lembaga.

Representasi Institusional Pesantren

Representasi institusional adalah cara pesantren menampilkan dirinya kepada publik melalui pesan, simbol, narasi, media, kegiatan, dan hubungan sosial (Mundiri & Zahra, 2017). Representasi ini mencakup identitas pesantren, visi dan misi, nilai-nilai keislaman, budaya kelembagaan, tradisi, prestasi, keunggulan, serta bentuk pelayanan pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat (Gunarti & Ahmadi, 2025).

Representasi institusional tidak muncul secara otomatis. Representasi dibentuk melalui strategi komunikasi humas (Afkar, 2017). Humas memilih aspek tertentu dari pesantren untuk ditampilkan kepada publik. Misalnya, humas dapat menonjolkan kedisiplinan santri, kualitas pendidikan, prestasi

kelembagaan, tradisi keagamaan, lingkungan pesantren, atau hubungan pesantren dengan masyarakat.

Pada titik ini, hubungan antara strategi dan representasi bersifat konstruktif. Strategi komunikasi mengonstruksi gambaran tentang “siapa pesantren itu” di ruang publik. Melalui komunikasi yang berulang, konsisten, dan sesuai dengan kenyataan lembaga, publik memperoleh gambaran tertentu mengenai identitas dan kualitas pesantren.

Pesantren Sebagai Lembaga Sosial, Pendidikan dan Dakwah

Pesantren Dalam sejarah perkembangan Islam di Indonesia, pesantren tidak hanya dipahami sebagai lembaga pendidikan keagamaan, tetapi juga sebagai institusi sosial yang tumbuh dan berkembang bersama masyarakat (Ps, 2019). Keberadaan pesantren lahir dari kebutuhan masyarakat akan pendidikan, pembinaan moral, serta pelayanan keagamaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pesantren memiliki hubungan yang sangat erat dengan lingkungan sosial di sekitarnya dan menjadi bagian penting dalam proses pembentukan nilai-nilai keagamaan, budaya, serta kehidupan sosial masyarakat. Pengakuan negara terhadap peran strategis tersebut semakin diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren yang menegaskan bahwa pesantren menyelenggarakan fungsi pendidikan, fungsi dakwah, dan fungsi pemberdayaan masyarakat.

Sebagai lembaga pendidikan, pesantren memiliki peran utama dalam mencetak sumber daya manusia yang memiliki keseimbangan antara kecerdasan intelektual, spiritual, dan moral (Khatin & Fauzi, 2025). Sistem pendidikan pesantren tidak hanya berorientasi pada transfer ilmu pengetahuan agama, tetapi juga pada pembentukan karakter (*character building*), akhlak mulia, kedisiplinan, kemandirian, serta jiwa kepemimpinan santri. Melalui berbagai model pembelajaran, baik salafiyah maupun modern, pesantren berupaya menghasilkan lulusan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan identitas keislamannya. Bahkan, melalui Undang-Undang Pesantren, pendidikan pesantren telah diakui sebagai

bagian dari sistem pendidikan nasional sehingga memiliki posisi yang semakin kuat dalam pembangunan pendidikan di Indonesia.

Selain berfungsi sebagai lembaga pendidikan, pesantren juga menjalankan fungsi dakwah yang sangat penting. Dakwah di lingkungan pesantren tidak hanya dilakukan melalui ceramah dan pengajian, tetapi juga melalui keteladanan para kiai, ustaz, dan santri dalam kehidupan sehari-hari. Pesantren menjadi pusat penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat, toleran, dan rahmatan lil 'alamin. Melalui kegiatan dakwah, pesantren berkontribusi dalam membangun kehidupan masyarakat yang religius, harmonis, dan berakhlak mulia (Syammari et al., 2025). Peran ini menjadikan pesantren sebagai agen transformasi sosial yang mampu memberikan solusi terhadap berbagai persoalan keagamaan dan moral yang dihadapi masyarakat.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*) untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi dan representasi institusional Humas Pesantren Darul Aman Gombara dalam membangun citra publik. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengungkapan makna, proses komunikasi, serta interpretasi terhadap fenomena sosial yang berlangsung dalam konteks alamiah. Penelitian dilaksanakan di Pesantren Darul Aman Gombara, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, selama periode Maret–Juni 2026.

Subjek penelitian dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas komunikasi kelembagaan pesantren. Informan penelitian meliputi pimpinan pesantren, kepala bidang humas, anggota tim media, pengelola media sosial, guru, santri, alumni, wali santri, serta masyarakat yang berinteraksi dengan pesantren. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation, yaitu ketika data yang diperoleh telah menunjukkan

pengulangan informasi sehingga tidak ditemukan lagi informasi baru yang relevan.

Proses penelitian diawali dengan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi fenomena komunikasi kelembagaan yang berkembang di Pesantren Darul Aman Gombara. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara agar memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi, pengelolaan media, representasi identitas institusi, dan pembentukan citra publik. Observasi dilakukan terhadap aktivitas humas, publikasi media sosial, website resmi, dokumentasi kegiatan, serta interaksi pesantren dengan berbagai pemangku kepentingan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa arsip kelembagaan, foto kegiatan, laporan humas, data statistik santri, publikasi digital, serta dokumen resmi lainnya.

Variabel atau fokus penelitian terdiri atas tiga aspek utama, yaitu strategi komunikasi humas, representasi institusional, dan citra publik pesantren. Strategi komunikasi humas dipahami sebagai proses perencanaan, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, serta evaluasi komunikasi yang dilakukan oleh humas. Representasi institusional merujuk pada bagaimana identitas, nilai, budaya, simbol, dan karakter kelembagaan ditampilkan kepada publik melalui aktivitas komunikasi. Adapun citra publik dipahami sebagai persepsi, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap Pesantren Darul Aman Gombara yang terbentuk melalui proses komunikasi tersebut.

Seluruh data yang diperoleh dikelola melalui proses reduksi data, pengkodean (*coding*), kategorisasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan mengikuti model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi data condensation, data display, dan conclusion drawing/verification (Miles, 2018). Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, member checking, dan peningkatan ketekunan pengamatan

sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas yang baik.

Hasil dan Diskusi

Strategi Komunikasi Humas Pesantren Darul Aman Gombara dalam Membangun Representasi Institusional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pesantren Darul Aman Gombara menempati posisi strategis sebagai penghubung antara institusi dengan berbagai kelompok publik, baik publik internal maupun eksternal. Fungsi kehumasan tidak lagi dipahami sebatas penyampaian informasi mengenai kegiatan pesantren, tetapi berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun identitas kelembagaan, memperkuat hubungan sosial, serta membentuk persepsi masyarakat terhadap pesantren. Perubahan tersebut sejalan dengan meningkatnya kebutuhan lembaga pendidikan Islam untuk mengelola komunikasi secara profesional di tengah perkembangan teknologi informasi dan media digital. Dalam praktiknya, strategi komunikasi humas disusun berdasarkan visi pesantren untuk menjadi lembaga pendidikan Islam yang unggul dalam pembinaan akhlak, penguasaan ilmu pengetahuan, dan pengembangan karakter santri. Seluruh aktivitas komunikasi diarahkan agar publik memperoleh pemahaman yang utuh mengenai nilai-nilai yang menjadi identitas utama Pesantren Darul Aman Gombara. Oleh karena itu, setiap publikasi tidak hanya berisi informasi mengenai kegiatan, tetapi juga mengandung pesan-pesan yang merepresentasikan budaya, tradisi, serta sistem pendidikan pesantren.

Perencanaan komunikasi diawali dengan identifikasi sasaran komunikasi yang meliputi calon santri, orang tua santri, alumni, pemerintah, masyarakat sekitar, organisasi keagamaan, serta mitra kerja pesantren. Setiap kelompok publik memiliki karakteristik dan kebutuhan informasi yang berbeda sehingga humas menyesuaikan bentuk pesan, media yang digunakan, serta pendekatan komunikasi yang diterapkan. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas tidak bersifat seragam, tetapi

disesuaikan dengan karakteristik khalayak agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif.

Penelitian menemukan bahwa pesan utama yang secara konsisten dikembangkan oleh humas meliputi lima aspek utama. Pertama, pesantren direpresentasikan sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengintegrasikan pendidikan agama dan pendidikan umum secara seimbang. Kedua, pesantren menampilkan dirinya sebagai lembaga pembinaan karakter yang menanamkan nilai disiplin, tanggung jawab, dan akhlakul karimah kepada seluruh santri. Ketiga, pesantren memperlihatkan komitmennya dalam mencetak generasi yang memiliki prestasi akademik maupun nonakademik. Keempat, pesantren membangun citra sebagai lembaga dakwah yang aktif memberikan pelayanan keagamaan kepada masyarakat. Kelima, pesantren memperkuat posisinya sebagai lembaga sosial yang berkontribusi dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan.

Kelima pesan tersebut tidak hanya muncul dalam bentuk slogan atau narasi tertulis, tetapi juga diwujudkan melalui berbagai aktivitas kelembagaan yang terdokumentasi secara berkelanjutan. Humas secara aktif mempublikasikan kegiatan pembelajaran, hafalan Al-Qur'an, perlombaan santri, pengabdian masyarakat, kegiatan sosial, pelatihan keterampilan, hingga aktivitas keagamaan yang melibatkan masyarakat luas. Konsistensi publikasi tersebut membentuk pola komunikasi yang memperlihatkan kesinambungan antara identitas kelembagaan dengan aktivitas nyata pesantren.

Media komunikasi menjadi unsur penting dalam implementasi strategi humas. Penelitian menunjukkan bahwa humas memanfaatkan media digital sebagai saluran utama komunikasi dengan masyarakat. Website resmi, media sosial, dokumentasi audiovisual, publikasi digital, dan aplikasi komunikasi dengan wali santri digunakan secara terpadu untuk mempercepat penyebaran informasi sekaligus memperluas jangkauan komunikasi. Penggunaan media digital memungkinkan pesantren tidak hanya menyampaikan informasi secara cepat, tetapi juga membangun interaksi dua arah dengan masyarakat.

Selain media digital, komunikasi tatap muka tetap dipertahankan sebagai bagian penting dalam membangun hubungan sosial. Pertemuan wali santri, kegiatan silaturahmi, seminar, pengajian, kunjungan tokoh masyarakat, serta berbagai kegiatan sosial menjadi ruang komunikasi yang memperkuat hubungan emosional antara pesantren dengan masyarakat. Kombinasi komunikasi digital dan komunikasi interpersonal menjadikan strategi humas lebih efektif dalam membangun kepercayaan publik.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi humas dipengaruhi oleh koordinasi antarlembaga di lingkungan pesantren. Setiap unit pendidikan, bidang kesiswaan, pengasuhan santri, serta lembaga sosial berkontribusi menyediakan informasi yang kemudian dikelola oleh humas menjadi materi publikasi. Mekanisme tersebut menghasilkan komunikasi kelembagaan yang relatif terintegrasi sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat memiliki kesesuaian dengan kondisi riil di lapangan. Dalam proses evaluasi, humas tidak hanya mengukur jumlah publikasi yang dihasilkan, tetapi juga memperhatikan respons masyarakat terhadap setiap informasi yang dipublikasikan. Respons tersebut diamati melalui interaksi pada media sosial, peningkatan komunikasi dari calon wali santri, partisipasi masyarakat dalam kegiatan pesantren, serta meningkatnya kepercayaan berbagai pihak untuk menjalin kerja sama dengan pesantren. Evaluasi tersebut menjadi dasar bagi humas dalam memperbaiki strategi komunikasi pada periode berikutnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas di Pesantren Darul Aman Gombara telah berkembang menjadi komunikasi kelembagaan yang bersifat strategis. Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola identitas institusi yang secara sadar membangun makna mengenai pesantren melalui komunikasi yang terencana, konsisten, dan berorientasi pada pembentukan citra publik.

Representasi Institusional Pesantren Darul Aman Gombara melalui Aktivitas Komunikasi Humas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi institusional Pesantren Darul Aman Gombara dibangun melalui proses komunikasi yang dilakukan secara terencana, konsisten, dan berkelanjutan oleh bagian hubungan masyarakat (humas). Representasi tersebut tidak hanya diwujudkan melalui penyampaian informasi mengenai aktivitas pesantren, tetapi juga melalui proses pembentukan makna mengenai identitas, nilai, budaya organisasi, dan karakter kelembagaan yang ingin dikenalkan kepada masyarakat. Dengan demikian, humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, melainkan sebagai aktor yang mengonstruksi cara publik memahami keberadaan pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam, lembaga dakwah, dan lembaga sosial. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, representasi institusional dibangun melalui lima unsur utama, yaitu bahasa komunikasi, simbol kelembagaan, narasi institusional, representasi visual, dan praktik diskursif. Kelima unsur tersebut saling berkaitan sehingga membentuk identitas kelembagaan yang utuh di mata publik.

a. Representasi melalui Bahasa Komunikasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dalam seluruh media komunikasi pesantren mencerminkan karakter lembaga yang religius, edukatif, persuasif, dan humanis. Pilihan kata yang digunakan pada berbagai publikasi tidak bersifat promosi secara berlebihan, tetapi lebih diarahkan pada penyampaian nilai-nilai pendidikan Islam, pembinaan akhlak, serta pencapaian santri. Setiap publikasi selalu menggunakan diksi yang mencerminkan nilai-nilai keislaman seperti amanah, ukhuwah, tarbiyah, akhlakul karimah, tahfiz Al-Qur'an, dan khidmah. Penggunaan istilah tersebut secara berulang membangun asosiasi masyarakat bahwa Pesantren Darul Aman Gombara merupakan lembaga yang menjadikan nilai-nilai Islam sebagai dasar seluruh aktivitas pendidikan.

b. Representasi melalui Simbol Kelembagaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol kelembagaan memiliki peranan penting dalam membangun identitas

institusi. Simbol tersebut tidak hanya berupa logo pesantren, tetapi juga mencakup atribut santri, pakaian, lingkungan pesantren, bangunan masjid, kegiatan ibadah berjamaah, tradisi keilmuan, hingga tata tertib kehidupan santri.

Seluruh simbol tersebut secara konsisten ditampilkan dalam berbagai media komunikasi sehingga membentuk identitas visual yang mudah dikenali masyarakat. Dokumentasi mengenai kegiatan salat berjamaah, hafalan Al-Qur'an, kajian kitab, apel kedisiplinan, maupun aktivitas pembelajaran menjadi simbol yang memperkuat citra pesantren sebagai lembaga yang menyeimbangkan pendidikan akademik dengan pembinaan spiritual.

c. Representasi melalui Narasi Institusional

Penelitian menemukan bahwa humas secara sadar membangun narasi utama mengenai Pesantren Darul Aman Gombara sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, modern, religius, dan berorientasi pada pembentukan karakter. Narasi tersebut tampak dalam berbagai bentuk publikasi yang selalu menghubungkan aktivitas pesantren dengan misi pendidikan Islam. Publikasi mengenai prestasi santri, misalnya, tidak hanya menampilkan keberhasilan individu, tetapi juga menjelaskan bahwa prestasi tersebut merupakan hasil dari sistem pendidikan yang mengintegrasikan pembinaan akhlak, kedisiplinan, dan penguasaan ilmu pengetahuan.

d. Representasi melalui Visual Komunikasi

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dokumentasi visual menjadi salah satu kekuatan utama strategi komunikasi humas. Hampir seluruh kegiatan pesantren didokumentasikan dalam bentuk foto maupun video dengan kualitas yang baik, kemudian dipublikasikan melalui berbagai media digital. Visual yang ditampilkan lebih banyak memperlihatkan aktivitas nyata santri dibandingkan materi promosi. Dokumentasi pembelajaran di kelas, kegiatan tahfiz, olahraga, organisasi santri, laboratorium, praktik ibadah, kegiatan sosial, dan

berbagai perlombaan memberikan gambaran konkret mengenai kehidupan di lingkungan pesantren.

e. Representasi melalui Praktik Diskursif

Temuan penelitian menunjukkan bahwa representasi institusional tidak hanya dibentuk melalui isi pesan, tetapi juga melalui proses produksi, distribusi, dan pengulangan informasi. Humas menerapkan pola komunikasi yang berkesinambungan dengan menjadwalkan publikasi berbagai kegiatan secara rutin sehingga masyarakat memperoleh informasi yang konsisten mengenai perkembangan pesantren. Pengulangan pesan mengenai pendidikan karakter, pembinaan akhlak, prestasi santri, kegiatan dakwah, dan pelayanan masyarakat secara bertahap membangun konstruksi makna bahwa nilai-nilai tersebut merupakan identitas utama Pesantren Darul Aman Gombara.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut dapat dipahami bahwa representasi institusional Pesantren Darul Aman Gombara tidak dibangun melalui promosi yang bersifat artifisial, tetapi melalui komunikasi yang mengintegrasikan identitas, budaya organisasi, simbol kelembagaan, serta praktik pendidikan yang berlangsung di lingkungan pesantren. Konsistensi representasi tersebut memperkuat identitas institusi sekaligus menjadi fondasi dalam membangun citra publik yang positif dan berkelanjutan.

Referensi

- Adityawan, R., Hilda, Y. I., & Safira, I. (2026). Pengaruh Pemberitaan Media Massa Tentang Demokrasi Terhadap Strategi Komunikasi Publik Kehumasan di Perguruan Tinggi di Yogyakarta. *Jurnal Global Ilmiah*, 3(4). <https://jgi.internationaljournallabs.com/index.php/ji/article/view/338>
- Afkar, L. (2017). REPRESENTASI IDEOLOGI APARATUR NEGARA DALAM MEDIA (Studi Konstruksi Realitas Wartawan Humas Pemda DKI Mengenai Lingkungan Pemda DKI dalam Pemberitaan Website beritajakarta.com). *Jurnal Studi Komunikasi Media*, 21(2).

<https://journal.mmtc.ac.id/index.php/jskm/article/view/1144>

- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695–702.
- Gunarti, T. T., & Ahmadi, M. (2025). Representasi Nilai-Nilai Pesantren dalam Buku Ajar Bahasa Arab MI Melalui Semiotika Roland Barthes. *Awwaliah: Jurnal PGMI*, 8(2). <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/awaliyah/article/view/4282>
- Khatin, L. S., & Fauzi, F. (2025). Membangun Kecerdasan Spiritualitas dan Intelektualitas Santri dengan Balutan Multiple Intelegence. *Journal of Islamic Religious Instruction*, 9(1). <https://doi.org/10.32616/pgri.v9i1.499.39-49>
- Majid, A., Wahyuni, H. I., Abrar, A. N., & Fitrah, A. A. (2025). Systematic Review of University Public Relations Communication Strategies. *Profesi Humas*, 10(1), 121–143.
- Miles, H. dan S. (2018). *Qualitative Data Analyziz: A Method Sourcebook*. Sage Publication.
- Mundiri, A., & Zahra, I. (2017). Corak Representasi Identitas Ustadz dalam Proses Transmisi Pendidikan Karakter di Pesantren. *Jurnal Pendidikan Islam2*, 2(1). <http://ojs.pps-ibrahimy.ac.id/index.php/jpii/article/view/58>
- Ps, A. M. B. K. (2019). Problematika Pesantren sebagai Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(10). <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/TAWAZUN/article/view/2554>
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/23515>
- Syammari, S., Fadly, Y. M., Trisoni, R., & Yahya, M. (2025). Kontribusi Pesantren Terhadap Penguatan Dakwah Moderat Di Indonesia. *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(4). <https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/669>