

**PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* PONDOK  
PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA  
SIMBANG KULON DI ERA MODERN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

**QOIDATUS SYARI'AH**  
NIM. 3420055

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* PONDOK  
PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA  
SIMBANG KULON DI ERA MODERN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

**QOIDATUS SYARI'AH**  
**NIM. 3420055**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Qoidatus Syari'ah  
NIM : 3420055  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA SIMBANG KULON DI ERA MODERN”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 17 Januari 2024

Yang Menyatakan,



**Qoidatus Syari'ah**  
**NIM. 3420055**

## NOTA PEMBIMBING

**Mukoyimah, M.Sos.**

**Perum Graha Tirto Asri Jl. Mawar 1 No. 7 Tirto**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Qoidatus Syari'ah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
di-

### **PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Qoidatus Syari'ah  
NIM : 3420055  
Judul : **PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN  
SALAFIYAH NURUL HUDA SIMBANG KULON DI ERA  
MODERN**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 17 Januari 2024

Pembimbing,



**Mukoyimah, M.Sos.**

**NIP. 199206202019032016**



## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **QOIDATUS SYARI'AH**  
NIM : **3420055**  
Judul Skripsi : **PEMBENTUKAN BRAND IMAGE PONDOK  
PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA SIMBANG  
KULON DI ERA MODERN**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 27 Februari 2024 dan dinyatakan **LULUS**  
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos) dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

**Dr. Agus Fakhрина, M.S.I**  
**NIP. 197701232003121001**

Penguji II

**Kholid Noviyanto, MA.Hum**  
**NIP. 198810012019031008**



Pekalongan, 27 Februari 2024

Disahkan Oleh

Dekan

**Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag**  
**NIP. 197305051999031002**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

### KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka

ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

### b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...إ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a) Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b) Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c) Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### a) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## 7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un

- التَّوَّءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

- اللهُ عَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأَمْوُرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

#### 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, penulis ucapkan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT. yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang dan telah memberikan kekuatan dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada panutan umat, Nabi Muhammad SAW. yang kelak akan memberikan syafa'atnya di Yaumul akhir. Karya sederhana yang penulis susun ini, sepenuhnya dipersembahkan kepada:

- Almarhum simbah KH. Najib Yasin, yang selalu memberikan wejangan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan. Serta senantiasa memberikan apresiasi setiap penghargaan yang didapatkan oleh penulis sehingga penulis mendapatkan semangat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar kesarjanaan. Penulis meminta maaf karena tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebelum Allah SWT. menjemput simbah tercinta.
- Abah Muh. Najih, yang telah memberikan tetes demi tetes keringatnya demi memperjuangkan kelancaran pendidikan penulis dan memberikan nasihat ayang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan. Tidak lupa kasih sayang yang senantiasa dicurahkan memberikan semangat kepada penulis.
- Ibunda Wafirotul Baroroh, yang selalu merawat dan menjaga penulis dengan do'a disetiap sholatnya tanpa mengenal lelah dan letih. Serta memberikan nasihat kepada penulis dalam menentukan arah selama menempuh pendidikan.
- Kakak tersayang Qonitatan Yuhanidz, Qoniatul Kamalaat dan Qorinatul 'Izzah, yang selalu menjaga dan menyayangi penulis hingga penulis tumbuh dewasa. Perjuangan penulis tidak akan bermakna tanpa kehadiran mereka.
- Adik tersayang Khumaisatun Nadya, yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian dan semangat kepada penulis. Perjuangan penulis semakin bermakna dengan kehadirannya.
- Keluarga tercinta Paman, Bibi, keponakan serta sepupu yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, kehadiran mereka

mampu memberikan semangat baru bagi penulis dan mewarnai perjuangan penulis selama menempuh pendidikan di Kota Pekalongan.

- *To Park Hyung Sik, he was an Actor from South Korea who encouraged the author through his stunning performances in various plays that the writer watched. And his sincerity gave news to the author through social media as a form of love for his fans. He also performed the melodic sounds in her songs accompanying the daily activities of the author until the writer could complete the research.*
- *To members K-Pop Group EXO Kim Min Seok, Kim Jun Myeon, Zhang Yi Xing, Byun Baek Hyun, Kim Jong Dae, Do Kyung Soo, Kim Jong In, Oh Se-hun and especially Park Chanyeol who has given spirit to the author through their songs and their melodious voices that always accompany the author in the research process. Their achievements in education and art, motivated author to obtain a bachelor's degree.*

## MOTTO

لَا تَحْزَنُ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

"Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita".

- Surat At-Taubah ayat 40

*"Life doesn't set a goal. So, it's not a coincidence, but a choice that determines your fate"*

"Hidup tidak memutuskan tujuan. Jadi, itu bukanlah sebuah kebetulan, tetapi pilihan yang menentukan nasibmu"

-Park Hyung Sik/ 19 Juni 2018.

*"Go where your heart leads, whatever it takes to follow your heart, then you won't regret it"*

"Pergilah kemana hatimu menuntun, apapun itu yang paling utama adalah mengikuti kata hatimu, dengan begitu kamu tidak akan menyesalinya"

-Park Chanyeol/ 16 Desember 2023.

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul Pembentukan *Brand Image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon di Era Modern, berusaha untuk mencari tahu *brand image* pondok pesantren Nurul Huda Simbang Kulon. Mencari tahu bagaimana proses pembentukan *brand image* Pesantren Nurul Huda Simbang Kulon dan peranan *brand image* dalam keberlangsungan pesantren Nurul Huda Simbang Kulon di era modern. Adapun manfaat dari penelitian ini yakni secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk memberikan referensi bagi pesantren lainnya agar dapat menerapkan strategi yang sama untuk mempertahankan citra Pesantren dimasyarakat dengan tetap menerapkan metode Pondok Pesantren Salafiyah. Sedangkan akademis bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan komunikasi serta sebagai bahan referensi dan karya tulis ilmiah yang dapat dijadikan sebagai bahan bacaan.

Penelitian ini menggunakan metode lapangan atau *field research*. Yakni melakukan kajian data dengan mendatangi dan observasi secara langsung di lapangan atau lokasi objek penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis milik Miles and Huberman. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini akan menggali data secara mendalam dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara kepada beberapa informan. Kemudian data hasil observasi dan wawancara akan diklasifikasikan berdasarkan kepentingan yang selanjutnya disajikan dalam bentuk deskriptif secara rinci hasil dari analisis data yang dilakukan.

Pembentukan *brand image* sebuah lembaga dapat dilihat dari 3 komponen penting yaitu *acquisition versus retention* atau memfokuskan penjualan kepada pelanggan lama, *trust* atau kepercayaan dan *intensity* atau intensitas. Adapun hasil dari penelitian ini yakni dalam proses pembentukan *brand image* secara *acquisition versus retention* pesantren Nurul Huda Simbang Kulon berhasil mempertahankan santri yang telah menyelesaikan pembelajaran tingkat pertama untuk melanjutkan pembelajaran tingkat selanjutnya di pesantren Nurul Huda An-Najah. Berdasarkan *trust* atau kepercayaan pesantren Nurul Huda Simbang Kulon mampu membangun kepercayaan kepada masyarakat dan santri dengan memberikan kualitas, kepuasan dan kemudahan akses bagi santri dan masyarakat yang berhubungan dengan pesantren Nurul Huda An-Najah Simbang Kulon. Kemudian secara *intensity* atau intensitas, dengan adanya kegiatan

pengajian rutin di bulan Ramadhan yang disebut sebagai Ngaji pasaran, Pesantren Nurul Huda An-Najah berhasil membangun intensitas dan kedekatan dengan masyarakat desa Simbang Kulon dan sekitarnya. Selain itu, eksistensi pesantren Nurul Huda An-Najah Simbang Kulon yang masih diminati oleh masyarakat sebagai tempat yang baik untuk mempelajari ilmu agama islam merupakan peranan dari *brand image* yang terbentuk saat ini.

*Key Word:* Kegiatan Public Relation, Brand Image, Pesantren di era Modern



## **ABSTRACT**

*The script with the title of the formation of the Salafiyah Pesantren Brand Image Nurul Huda Simbang Kulon in Modern Era is trying to find out the brand image of Nurul Huda Simbang Kulon Pesantren lodge. Find out how the process of forming the Nurul Huda Simbang Kulon Pesantren brand and the role of brand image in the sustainability of Nurul Huda Simbang Kulon Islamic boarding school in the modern era. The benefit of this study is that practically this study is useful to provide references to other pesantren in order to implement the same strategy to maintain the image of Pesantren in the community by still implementing the method of Pondok Pesantren Salafiyah. While academics are useful for developing communication science as well as for reference materials and scientific writing that can be used as reading material.*

*This study uses field or field research methods. That is to conduct data studies by visiting and observing directly in the field or location of research objects. The analysis method used is Miles and Huberman's analysis method. Using a descriptive qualitative approach, this study will explore data in depth by conducting field observations and interviews with several informants. Then the observation and interview results data will be classified based on the interests that are then presented in descriptive form in detail the results of the data analysis conducted.*

*The establishment of an institution's brand image can be seen from three important components: acquisition versus retention or focusing sales on old customers, trust or trust and intensity. The results of this study were in the process of establishing a brand image in an acquisition versus retention of Nurul Huda Simbang Kulon Islamic boarding school, successfully maintaining students who have completed their first level of learning to continue their next level of learning at Nurul Huda An-Najah Islamic boarding school. Based on the trust or trust of Nurul Huda Simbang Kulon Islamic boarding school, it is able to build trust in the community and students by providing quality, satisfaction and ease of access for students and the community related to Nurul Huda An-Najah Simbang Kulon Islamic boarding school. Then by intensity or intensity, with routine study activities in Ramadan called Ngajar market, Nurul Huda An-Najah Pesantren managed to build intensity and closeness with the people of Simbang Kulon village and its surroundings. In addition, the existence*

*of Nurul Huda An-Najah Simbang Kulon Islamic Islamic Islamic Islamic Islamic Islamic Islamic Islamic boarding school, which is still in demand by the community as a good place to study Islamic religious science, is the role of the brand image that is formed today.*

*Key Word: Public Relation, Brand Image, Modern-era Pesantren*



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrohim*

Segala puji bagi Allah Swt. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Atas karunia dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA SIMBANG KULON DI ERA MODERN”**. Tidak lupa, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah membawa perdamaian dan ketentraman dengan agama islam bagi seluruh umat islam di dunia.

Skripsi yang telah disusun oleh peneliti ini adalah sebagai salah satu usaha untuk memperoleh gelar sarjana di fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri KH. Abdurrohman Wahid Pekalongan, yang dalam proses penyusunannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ungkapan terimakasih peneliti haturkan kepada:

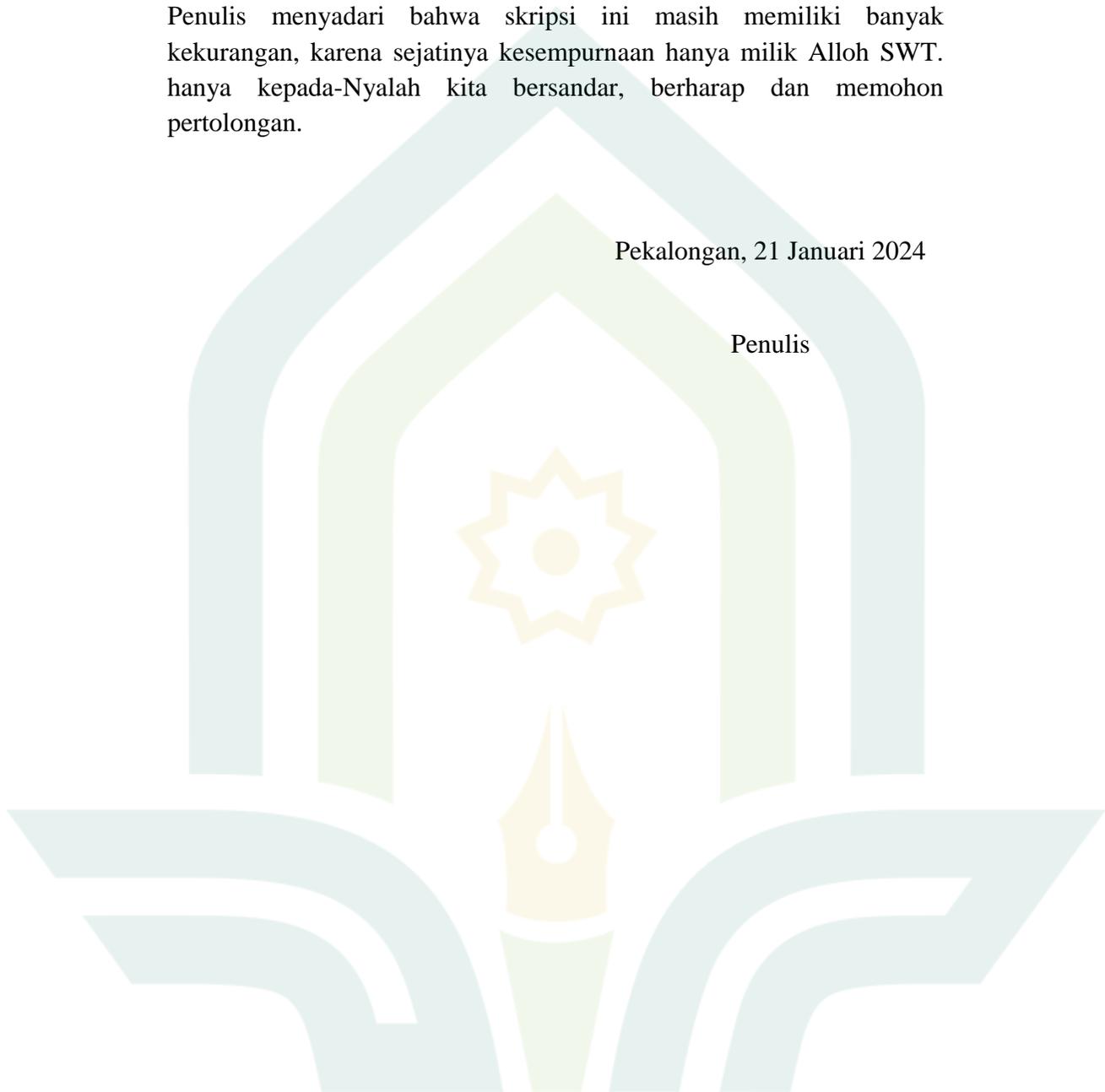
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN KH. Abdurrohman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. Sam'ani, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN KH. Abdurrohman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom. selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos. selaku wali studi sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah mencurahkan waktu, tenaga serta perhatiannya untuk mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian menuntun, membimbing dan memotivasi penulis dari awal pencarian judul penelitian hingga menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Bapak KH. Muslikh Khudlori dan seluruh keluarga Pesantren Nurul Huda An-Najah selaku objek penelitian skripsi yang telah membantu proses penelitian dan bekerjasama dalam setiap proses

- yang peneliti lakukan untuk menyusun karya ilmiah ini. Sehingga skripsi ini dapat disusun dan terselesaikan tepat waktu.
6. Kepada kedua orang tuaku tersayang Abah Muh. Najih dan Ibu Wafirotul Baroroh yang senantiasa memberikan cinta dan kasih sayang kepada peneliti. Serta do'a yang selalu dilantunkan siang dan malam hingga skripsi ini selesai. Dan juga dukungan kepada peneliti untuk menggapai cita-cita.
  7. Kepada kakek dan nenek tercinta Simbah Alm. KH. Najib Yasin dan simbah Hj. Soimah yang senantiasa meberikan kasih sayang kepada penulis dan memberikan wejangan yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan sarjana di Kota Pekalongan. Sehingga penulis dapat bertahan dan menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
  8. Kepada kakak dan adik tercinta Qonitatan Yuhanidz, Qoniatul Kamalaat, Qorinatul 'Izzah dan Khumaisatun Nadya yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi dan memberikan bantuan baik materil atau nonmateril.
  9. Kepada teman-teman yang tidak dapat penulis sebut namanya satu persatu yang telah mendengarkan curahan hati penulis selama penyusunan skripsi dan memberikan semangat baik secara langsung ataupun tidak langsung.
  10. Kepada Park Hyung Sik yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menempuh perkuliahan melalui perannya dalam drama yang penulis tonton dan juga lagu-lagunya yang indah yang menemani keseharian penulis. Sehingga penulis dapat terhibur ditengah-tengah kesibukan perkuliahan dan rumitnya penyusunan skripsi ini.
  11. Kepada K-Pop Grup Exo yang telah menemani penulis dengan lagu-lagu karya mereka dan suara indah yang memberikan ketenangan kepada penulis hingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
  12. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut namanya satu perstau yang telah memberikan bantuan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang berlipat kepada beliau yang telah bersedia membantu penulis dalam menyusun skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, karena sejatinya kesempurnaan hanya milik Allah SWT. hanya kepada-Nyalah kita bersandar, berharap dan memohon pertolongan.

Pekalongan, 21 Januari 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	xiii
MOTTO.....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
KATA PENGANTAR .....	xx
DAFTAR ISI .....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxvii
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Penelitian yang Relevan .....	4
F. Kerangka Berpikir .....	7
G. Metodologi Penelitian.....	8
1. Paradigma .....	8
2. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	8
3. Tempat dan Subjek Penelitian .....	8
4. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	9
5. Sumber Data .....	10
a. Data Primer .....	10
b. Data Sekunder.....	10
6. Teknik Pengambilan Data .....	10
a) Observasi .....	10
b) Wawancara Mendalam .....	10
c) Dokumentasi dan Catatan Lapangan .....	11

7. Keabsahan Data .....	11
8. Analisis Data .....	12
H. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II</b>	
<b>MEMBANGUN <i>BRAND IMAGE</i> PONDOK PESANTREN</b>	
<b>SALAFIYAH NURUL HUDA SIMBANG KULON.....</b>	<b>15</b>
A. Public Relation.....	15
1) Pengertian .....	15
2) Kegiatan Public Relation .....	16
a. Kegiatan PR Internal.....	16
b. Kegiatan PR Eksternal.....	17
B. Membangun Citra.....	18
C. Pengertian Brand Image .....	20
1) <i>Acquisition versus Retention</i> .....	22
2) Trust/Kepercayaan .....	23
3) Intensitas/Intensity .....	23
D. Media Digital/ Media Baru .....	24
<b>BAB III</b>	
<b>PROFIL PONDOK PESANTREN SALAFIYAH NURUL HUDA</b>	
<b>SIMBANG KULON.....</b>	<b>29</b>
A. Sejarah Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon .....	29
B. Visi dan Misi Pondok Pesantren Nurul Huda An-Najah.....	30
C. Biografi Tokoh (Pendiri dan Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Huda An-Najah).....	30
1. KH. Khudlori Tabri .....	30
2. KH. Muslih Khudori .....	32
3. Daftar Pengajar.....	34
D. Pondok Pesantren Nurul Huda Banat/ An-Najah Simbang Kulon .....	36
E. Capaian Pembelajaran .....	42
F. Program Unggulan Pesantren Nurul Huda An-najah .....	42
G. Prestasi Pesantren Nurul Huda An-Najah.....	44
H. Brand Image yang dibentuk Pesantren Nurul Huda An-Najah..	44
1) <i>Acquisition Versus Retention</i> .....	44

2) <i>Trust/ Kepercayaan</i> .....	46
3) <i>Intensity/ Intensitas</i> .....	48
<b>BAB IV</b>	
<b>ANALISIS PEMBENTUKAN <i>BRAND IMAGE</i> DAN PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PONDOK PESANTREN NURUL HUDA SIMBANG KULON DI ERA MODERN</b> .....	
	50
A. Analisis Kegiatan <i>Public Relation</i> Pondok Pesantren Nurul Huda An-Najah.....	50
B. Analisis Pembentukan <i>Brand Image</i> Pesantren Nurul Huda An-Najah.....	58
1) Analisi Pembentukan <i>Brand Image</i> Pesantren Nurul Huda An-Najah berdasarkan <i>Acquisition versus Retention</i> .....	58
2) Analisi Pembentukan <i>Brand Image</i> Pesantren Nurul Huda An-Najah berdasarkan <i>Trust/ Kepercayaan</i> .....	61
3) Analisi Pembentukan <i>Brand Image</i> Pesantren Nurul Huda An-Najah berdasarkan <i>Intensity/ Intensitas</i> .....	65
4) Analisi Peranan <i>Brand Image</i> Terhadap Keberlangsungan Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon di Era Modern.....	67
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP</b> .....	77
A. KESIMPULAN.....	77
B. SARAN .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Table 1	Kitab shorof karangan KH. Khudlori Tabri.....	43
Table 2	Konten islami vidio Reels Instagram.....	73
Table 3	Platform sosial media Pesantren Nurul Huda An-Najah ..	73
Table 4	Postingan terkait informasi pesantren di sosial media.....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I  
Piagam Statistik Pesantren
- Lampiran II  
Surat Keputusan Pimpinan Pesantren Nurul Huda An-Najah
- Lampiran III  
Tata Tertib dan Aturan Pesantren
- Lampiran IV  
Data Santri Baru 2023
- Lampiran V  
Jadwal Kajian Kitab Pesantren Nurul Huda An-Najah
- Lampiran VI  
Transkrip Wawancara Informan



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada saat ini, sudah memasuki era *image war* atau perang citra, yang mana persoalan mengenai pencitraan menjadi hal yang penting bagi sebuah lembaga, organisasi dan perusahaan untuk membangun citra positif kepada masyarakat agar mendapat dukungan dan simpati dari publik. Hal ini menjadikan kegiatan *Public Relation* sebagai sebuah keharusan, yang mana *Public Relation* bertugas menjadi mediator yang menghubungkan kepentingan dari organisasi, perusahaan atau lembaga kepada publik.<sup>1</sup> Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatannya harus menggunakan strategi yang tepat agar dapat mencapai tujuan dari *Public Relation*.

Pondok Pesantren menjadi salah satu Lembaga Pendidikan Agama yang terdaftar di Kementerian Agama Republik Indonesia. Seperti yang tertera pada Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia NO. 31/ 2020 tentang Pendidikan Pesantren Pasal 26 ayat 1 yaitu, "Pendirian satuan pendidikan Muadalah wajib memperoleh izin dari menteri". Pondok Pesantren menjadi tempat mencari ilmu agama bagi para Santri. Di Indonesia, istilah Pondok Pesantren sudah tidak asing lagi di telinga, banyak ulama-ulama besar yang mendirikan pesantren di wilayahnya masing-masing. Pada dasarnya, proses pembelajaran di pesantren sangat menerapkan kaidah-kaidah syari'at islam dengan metode tradisional. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman, muncul beberapa Pondok Pesantren Modern yang lebih terbuka dengan budaya di era saat ini.

Pondok Pesantren yang masih menerapkan konsep tradisional disebut dengan Pondok Pesantren Salaf/Salafiyah. Sedangkan Pondok Pesantren yang telah terbuka dengan perkembangan zaman dan menerapkan proses pembelajaran

---

<sup>1</sup> Ardianto Elviaro, *Handbook of Public Relation* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm 4.

dengan memanfaatkan media digital di era modern disebut dengan Pondok Pesantren Modern. Akhir-akhir ini, citra dari Pondok Pesantren tidak bagus. Beberapa kasus kekerasan, penganiayaan hingga pelecehan yang dilakukan oleh Kyai/Ustadz dan juga Santri di lingkungan pesantren telah menurunkan eksistensi pesantren sebagai tempat mencari ilmu agama yang berkualitas dan aman di dalam masyarakat.

Seperti kasus kekerasan berujung kematian yang terjadi di Pondok Pesantren Darussalam Gontor Jawa Timur, pengeroyokan santri di Pondok Pesantren Darul Qur'an Tanggerang, pelecehan santri putri di Pondok Pesantren Al-Djalil 2 Jember, kekerasan seksual di salah satu pesantren di Lampung dan beberapa kasus lainnya.<sup>2</sup> Isu-isu negatif dari pesantren tersebut berkembang dan beredar melalui media massa seperti koran, televisi hingga media online seperti portal berita online, Instagram, Youtube dan sebagainya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, munculnya Pondok Pesantren Modern menyebabkan persaingan citra antara Pesantren Salafiyah dan Modern meningkat. Beberapa Pondok Pesantren Modern berkembang sangat pesat dengan jumlah santri yang banyak. Kota Pekalongan merupakan kota yang terdapat banyak Pondok Pesantren didalamnya, baik itu salafiyah atau modern. Pondok Pesantren Modern yang beroperasi di Kota pekalongan antara lain Pondok Pesantren Modern Al-Qur'an Buaran, Pondok Pesantren PDF Walindo Siti Zaenab Manbaul Falah, Pondok Pesantren Terpadu Al-Fusha dan lain sebagainya. Tidak hanya Pondok Pesantren Modern, dipekalongan juga berkembang Sekolah Islam Terpadu dengan fasilitas yang lengkap, salah satunya Sekolah Islam Al-Azhar.<sup>3</sup>

Adanya isu negatif seputar Pondok Pesantren Salaf yang beredar di berbagai media dan menurunkan citra pondok pesantren

---

<sup>2</sup> [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) , [www.bbc.com](http://www.bbc.com) , Terakhir diakses pada 29 Maret 2023, 00.06.

<sup>3</sup> <https://pesantrenterbaik.com/terbaik/pesantren-di-pekalongan/> , Terakhir diakses pada 29 Maret 2023, 00.10.

salaf. Adanya Pondok Pesantren Modern yang beroperasi perlahan mampu menurunkan minat masyarakat untuk memasukkan anaknya kedalam Pondok Pesantren Salaf, hal ini terbukti dengan adanya beberapa pondok Pesantren Salaf yang menurun jumlah santrinya bahkan hingga tutup. Seperti Pondok Pesantren Darul Ishlah Panjang Wetan, Pondok Pesantren Al-Hadi Panjang Wetan dan juga Pondok Pesantren Sirojutholibin di Kradenan. Namun, hal tersebut tidak mempengaruhi eksistensi Pondok Pesantren Salafiyah Simbang Kulon. Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon merupakan Pondok Pesantren yang masih menggunakan metode pembelajaran tradisional/salaf yaitu kajian kitab kuning terdahulu dengan menggunakan metode bandongan dan sorogan yang masih memiliki banyak peminat hingga saat ini. Hal ini terbukti dengan jumlah santri dari tahun 2019 hingga 2022 yang mengalami peningkatan sebanyak  $\pm 90$  santri. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui, bagaimana Strategi *Public Relation* yang dilakukan Pondok Pesantren Nurul Huda Simbang Kulon, sehingga mampu membangun dan membentuk *brand image* yang baik di publik. Serta mampu bersaing dengan Pondok Pesantren Modern dengan tetap mempertahankan tradisi Pondok Pesantren Tradisional.

## **B. Rumusan Masalah**

Ditinjau dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti menjabarkan rumusan masalah menjadi 2 rumusan:

1. Bagaimana kegiatan PR Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon?
2. Bagaimana Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon membentuk *brand image* pesantren di era modern?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Guna mengetahui strategi PR yang dilakukan Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon dalam membentuk *brand image*.

2. Untuk mengetahui *brand image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon yang terbentuk.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk Pondok Pesantren lain agar dapat menerapkan strategi yang sama untuk mempertahankan citra Pesantren dimasyarakat dengan tetap menerapkan metode Pondok Pesantren Salafiyah.
2. Sebagai bahan bacaan bagi mahasiswa dan masyarakat umum agar mereka mengetahui masih terdapat Pondok Pesantren Salafiyah yang berkualitas.

#### **E. Penelitian yang Relevan**

1. Peneliti Pratiyas Hida Ilyana (2015) dengan judul **“Penerapan Pendekatan Saintifik Pada Pembelajaran Fiqih di Madrasah Salafiyah (Studi Kasus Siswa Kelas X di MAS Simbang Kulon Buaran Pekalongan)”** tujuan penelitian untuk mengetahui efektifitas penerapan pendekatan saintifik pada pembelajaran Fiqih, kemudian mengetahui hasilnya dan mengidentifikasi kelemahan dan kekurangan pendekatan saintifik pada pembelajaran Fiqih di MAS Salafiyah Simbang Kulon Buaran Pekalongan. Hasil Penelitian yakni penerapan pendekatan saintifik pada pembelajaran Fiqih berjalann dengan baik serta pendekatan saintifik efektif untuk menciptakan suasana pembelajaran yang baik dan berkualitas. Kelebihan pendekatan saintifik pada pembelajaran Fiqih di MAS Salafiyah Simbang Kulon yaitu metode dan strategi pembelajaran menjadi lebih aktif sedangkan kelemahannya yaitu adanya keterlambatan dalam pendistribusian buku penunjang pembelajaran. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni, penelitian ini berfokus pada metode pembelajaran yang dilakukan sedangkan peneliti berfokus pada citra yang dibangun instansi dalam masyarakat di era modern. Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu objek yang sama, peneliti menjadikan Pondok Pesantren Salafiyah Simbang Kulon sebagai objek penelitian, yang mana MAS Salafiyah Simbang Kulon

merupakan lembaga pendidikan dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Simbang Kulon.<sup>4</sup>

2. Peneliti Fajar Tri Pamungkas (2018) dengan judul **“Pengaruh *Integrated Marketing Communication* (Motivasi, Persepsi dan Sikap) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V Purwokerto)”** tujuan penelitian yaitu untuk mencari tahu pengaruh dari persepsi, motivasi dan sikap terhadap keputusan untuk melakukan transaksi pembelian tiket kereta api keberangkatan dari Stasiun Purwokerto, Jawa tengah. Hasil penelitian yakni tidak ada perbedaan keputusan pembelian tiket kereta api online dan offline yang berangkat dari Stasiun Kereta Api Purwokerto. Adapun persamaan penelitian ini yaitu menggunakan teori yang sama yaitu teori IMC/ *Integrated Marketing Communication* atau teori komunikasi pemasaran terpadu, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.<sup>5</sup>
3. Peneliti Okto Bagus (2018) dengan judul **“Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”** tujuan penelitian yakni untuk mencari tahu strategi *Public Relation* yang dilakukan Humas UIN Raden Intan Lampung untuk membangun citra yang baik dimata publik. Hasil dari penelitian ini strategi yang digunakan humas UIN raden Intan Lampung yakni menentukan terlebih dahulu sasaran strategi yang akan dibuat, melakukan sosialisasi keberbagai instansi Sekolah Menengah Atas, menjaga hubungan baik dengan masyarakat serta menjalin hubungan yang baik pula dan yang terakhir membentuk sebuah hubungan yang harmonis

---

<sup>4</sup> PRATIYAS HIDA ILYANA, “Penerapan Pendekatan Saintifik Pada Pembelajaran Fiqih di Madrasah Salafiyah (Studi Kasus Siswa kelas X di MAS Salafiyah Simbang Kulon Buaran Pekalongan)”.

<sup>5</sup> Fajar , “Pengaruh *Integrated Marketing Communication* (Motivasi, Persepsi dan Sikap) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V Purwokerto)”, FEB UMP, 2018.

antara anggota dengan pimpinan. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Perbedaannya yaitu peneliti fokus pada *brand image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon yang terbentuk di era modern, sedangkan penelitian sebelumnya fokus pada strategi UIN Raden Intan Lampung dalam membangun Citra.<sup>6</sup>

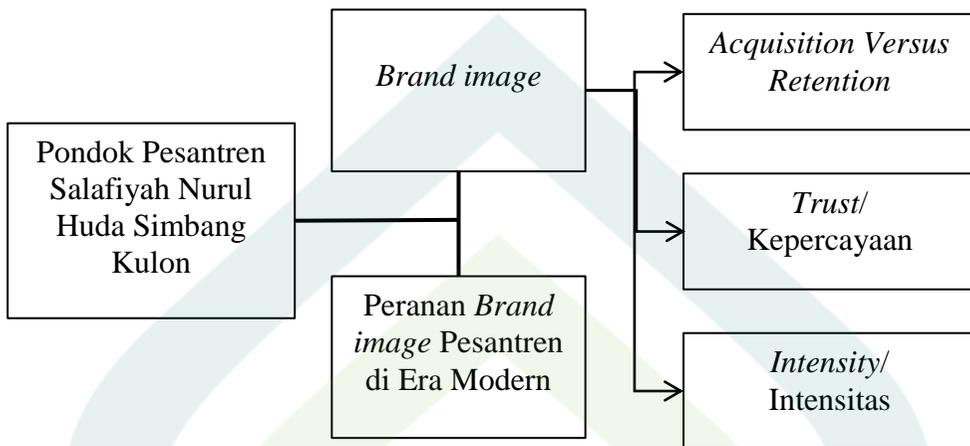
4. Peneliti Imad Aqil Abdurrohman (2019) dengan judul “**Peran Public Relations PT. Prima Komunika Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan**” tujuan penelitian ini yaitu mencari tau sejauh mana upaya PT. Prima Komunika Media untuk mempertahankan citra perusahaannya dan mencari tahu strategi dan kegiatan PT. Prima Komunika Media untuk mempertahankan citra perusahaan. Hasil penelitian yaitu peran publik relation PT. Prima Komunika Media antara lain, sebagai fasilitator komunikasi, penasihat ahli, fasilitator pemecah masalah dan juga teknisi komunikasi dan hambatan yang ada dapat diatasi dengan solusi yang tepat. Baik itu hambatan dari dalam atau dari luar. Produk dari PT. Prima Komunika Media yang bermacam-macam serta memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital dengan kualitas yang baik dan terus dipertahankan. Persamaan penelitian ini yakni subjek penelitian, yaitu peran *public relation* atau humas dalam mempertahankan citra perusahaan yang terbentuk. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, peneliti bertujuan untuk mencari tahu dampak *brand image* yang terbentuk di era modern dan mengetahui citra yang telah terbentuk.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Rahmat Okto Bagus, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”, Lampung: 2018.

<sup>7</sup> Abdurrahman, “Peran Publik Relations PT. Prima Komunika Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”, 2019.

## F. Kerangka Berpikir



Strategi *public relation* yang akan dicari tahu oleh peneliti adalah strategi yang dibuat dan digunakan Pondok Pesantren untuk menciptakan *brand image* dalam masyarakat. Strategi sendiri merupakan sebuah metode atau rencana yang disusun secara sistematis untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Manfaat dari strategi ini mampu dijadikan acuan bagi instansi lain agar menggunakan strategi yang sama.

Peneliti akan menggali strategi *public relation* yang dilakukan Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Kota Pekalongan. Menggunakan teori Citra Merek atau *Brand Image* peneliti akan mencari tahu bagaimana kinerja pemimpin Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon sehingga dapat membangun *image* yang baik. *Brand image* yang terbentuk berdampak pada keberlangsungan pondok pesantren salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk Pondok Pesantren Salafiyah lain agar dapat menggunakan strategi yang sama untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah santri disaat banyak Pondok Pesantren Modern beroperasi dan beredarnya isu negatif tentang pondok pesantren di media massa

## G. Metodologi Penelitian

### 1. Paradigma

Menggunakan paradigma *Intrepretative Konstruktivisme*, yakni paradigma penelitian yang melihat suatu fenomena dalam masyarakat terbentuk dari berbagai macam latar belakang sebagai wujud dari konstruksi realitas fenomena tersebut.<sup>8</sup> Peneliti akan mencari tahu dan menganalisis strategi *public relation* yang dilakukan Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon dalam membangun *brand image* yang baik di masyarakat.

### 2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metode dan jenis penelitian kualitatif lapangan, peneliti akan menggali data di lapangan secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang tidak muncul di permukaan. Penelitian dengan metode kualitatif yakni penelitian yang mempunyai tujuan dalam memahami dan menganalisis data yang diperoleh saat observasi lapangan dan dijabarkan secara deskriptif dan holistik data dan fakta yang ada kedalam bentuk sebuah kalimat atau susunan kata dan bahasa, dengan tetap menggunakan metode ilmiah.<sup>9</sup> Berdasarkan tradisi fenomenologi, peneliti akan menggali data secara mendalam pada objek penelitian untuk mengetahui strategi publik relation yang digunakan sehingga dapat membentuk citra yang baik di masyarakat. Bentuk penelitian lapangan (*field research*). setiap informasi (data) yang diperoleh berasal dari hasil observasi lapangan secara langsung.<sup>10</sup>

### 3. Tempat dan Subjek Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Kota Pekalongan, dengan subjek

---

<sup>8</sup> Pujileksono Sugeng, "Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif", (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015), hlm. 28.

<sup>9</sup> Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 6.

<sup>10</sup> Basrowi dan Suwandi, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 23.

penelitian *brand image* pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon di era modern. Objek penelitian adalah strategi publik relation yang dilakukan pondok pesantren salafiyah Nurul Huda dalam membangun *brand image* ditengah-tengah popularitas pondok pesantren modern yang berkembang dan isu negatif yang beredar.

#### 4. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah Pengasuh Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, pengelola/pengurus pondok pesantren salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, tenaga pendidik pondok pesantren salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon dan santri pondok pesantren salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon. Dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek penelitian yang telah diklasifikasikan berdasarkan indikator kriteria yang ditentukan sejalan dengan tujuan yang telah ditentukan.<sup>11</sup> Setiap sampel dipilih berdasarkan indikator yang telah ditentukan.

Indikator tenaga pendidik yang akan menjadi sampel penelitian yaitu tenaga pendidik yang telah mengajar di pondok pesantren salafiyah Nurul Huda Simbang kulon dalam kurun waktu 6 tahun yang diyakini telah ikut andil dalam pembentukan citra pesantren. Selain itu, santri yang akan menjadi sampel penelitian akan dipilih berdasarkan beberapa indikator. Pertama santri baru, indikator ini dipilih berdasarkan latar belakang yang ada, yang mana banyak kasus yang menimpa santri di beberapa pesantren. Kedua berdasarkan usia, antara 15-18 tahun. Usia remaja diberikan kebebasan untuk menentukan pilihan dimana mereka akan melanjutkan pendidikan, sedangkan remaja dibawah usia 15 tahun masih mengikuti arahan orang tua. Indikator ketiga santri yang berasal dari luar Kota Pekalongan.

---

<sup>11</sup> Basrowi dan Suwandi, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 110-111.

## 5. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer merupakan sumber pertama data tersebut diperoleh.<sup>12</sup> Peneliti mendapatkan data primer dari observasi yang dilakukan dan juga wawancara langsung terhadap narasumber yang sampelnya telah ditentukan sebelumnya.

### b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang bersumber dari orang lain, dengan kata lain data itu tidak langsung didapatkan oleh peneliti melainkan melalui perantara atau media.<sup>13</sup> Peneliti akan mencari data tambahan dari berkas-berkas pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, dokumentasi kegiatan pondok pesantren dan juga informasi yang diperoleh dari media sosial berupa jurnal pendukung teori.

## 6. Teknik Pengambilan Data

Proses penggalian data menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data lengkap dan mendetail yang tidak dapat diperoleh dari teknik lain, serta untuk proses identifikasi sumber data primer (utama) dan juga sekunder (penunjang).

### a. Observasi

Yakni sebuah teknik pengambilan data dengan cara melakukan pengamatan di lapangan dan mencatat fenomena yang terjadi di lapangan.<sup>14</sup> Observasi penelitian ini dilakukan di pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon.

### b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam yakni, teknik pengambilan data yang berbeda dengan wawancara dengan teknik terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara mendalam ialah wawancara yang tidak menyediakan alternatif jawaban dan

---

<sup>12</sup> Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi", (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 129.

<sup>13</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidika: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D", (Bandung: Alfa Beta, 2008), hlm. 309.

<sup>14</sup> Sangadji Maman Etta Sopiah, "Metode Penelitian-pendekatan Praktis dalam Penelitian", (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 171.

wawancara dilakukan untuk mendalami informasi dari narasumber. Wawancara mendalam dilakukan berulang-ulang kali antara pewawancara dengan narasumber. Berulang kali disini memiliki makna menanyakan hal yang berbeda kepada narasumber yang sama dengan tujuan untuk mengklarifikasi informasi yang telah didapatkan pada wawancara sebelumnya atau juga mendalami suatu hal yang muncul pada saat wawancara.<sup>15</sup>

Wawancara dilakukan kepada pengasuh pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon atau yang berhubungan langsung dengan beliau, pengelola/pengurus pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, Tenaga Pendidik pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon dan juga Santri pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon.

c. Dokumentasi dan Catatan Lapangan

Metode pengambilan data dokumentasi merupakan teknik pengambilan data yang berasal dari arsip terdahulu dari pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, buku sejarah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan catatan lapangan merupakan tempat penyimpanan data hasil wawancara mendalam yang dilakukan sebelumnya dan juga data hasil observasi lapangan. Catatan lapangan dapat berupa rekaman wawancara atau catatan kecil pada saat wawancara berlangsung.<sup>16</sup>

7. Keabsahan Data

Peneliti akan melakukan triangulasi sumber data pada hasil penggalian data yang telah didapatkan, yakni akan membandingkan data hasil interview dengan data hasil

---

<sup>15</sup> Afrizal, "Metode Penelitian kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu", (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm.136.

<sup>16</sup> Afrizal, "Metode Penelitian kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu", (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 152.

observasi. Peneliti akan melakukan perbandingan data yang diperoleh dari 4 sumber data, yaitu pengasuh Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon atau yang berhubungan langsung dengan beliau, tenaga pendidik Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon dan Santri Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon. Hal ini dilakukan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti selama melakukan observasi lapangan. Triangulasi sumber data sendiri merupakan sebuah metode untuk menganalisis data dan juga pada saat pengumpulan data. Triangulasi yaitu sebuah cara untuk memeriksa data yang ada dengan menggunakan media atau perantara dari luar data tersebut dengan maksud untuk studi banding atau perbandingan dan pemeriksaan data.<sup>17</sup>

#### 8. Analisis Data

Pada tahap ini digunakan metode analisis *Miles and Huberman*, berdasarkan metode analisis Miles and Huberman, tahapan analisis dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu:

- a. Pertama peneliti akan mengklasifikasikan data hasil observasi lapangan dan hasil wawancara menjadi beberapa kelompok, dan memisahkan data-data penting. Apabila hasil wawancara berada dalam rekaman maka sebelumnya akan dilakukan transkrip rekaman wawancara sebelum diklasifikasikan.
- b. Setelah semua data diklasifikasikan, data akan disajikan dalam sebuah matrik atau diagram untuk menyajikan hasil dari temuan penelitian berupa pengelompokan data. Penyajian data menggunakan matrik atau diagram untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis.
- c. Setelah data disajikan, tahapan terakhir metode analisis data Miles and Huberman yaitu menarik kesimpulan. Peneliti menarik kesimpulan dari temuan peneliti yang sudah disajikan pada tahapan sebelumnya. Setelah membuat kesimpulan sementara peneliti kembali melakukan analisis

---

<sup>17</sup> Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), Cet. 22, hlm. 330.

data dari tahapan pertama hingga tahap kesimpulan untuk memvalidasi hasil dari penelitian.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk menghasilkan tulisan yang sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan, oleh karena itu, penulis menyusun sistematika pembahasan ini sebagai berikut:

##### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi penjelasan secara umum tentang isi penelitian serta permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan yang ditemukan, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, penelitian yang relevan, metode penelitian, kerangka berfikir dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon**

Pada bab ini, peneliti menguraikan landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Terdapat kumpulan beberapa teori yang digunakan sebagai bahan pembahasan dalam penelitian. Teori yang digunakan nantinya akan dibuktikan apakah sesuai dengan yang dilakukan di perusahaan. Teori yang diambil tentunya tentang *brand image*.

##### **BAB III Profil Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda**

Pada bab ini berisi tentang gambaran secara umum Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon, mulai dari sejarah, biografi pendiri dan para Kyai yang mengajar. Dalam bab ini juga dijabarkan jumlah santri Pondok Pesantren Salafiyah Simbang kulon baik itu putri maupun putra. Selain itu pada bab ini juga digambarkan secara umum *brand image* pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon.

##### **BAB IV Pembentukan *Brand Image* Pondok Pesantren Nurul Huda Dan Implikasi *Brand Image* Di Era Modern**

Bab ini menjelaskan bagaimana *brand image* pondok pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon terbentuk di era modern dengan menggunakan teori *Brand Image* atau teori citra merek.

Pada bab ini juga dijelaskan analisis peneliti tentang implikasi *brand image* yang terbentuk terhadap keberlangsungan pondok pesantren Nurul Huda di era modern.

### **BAB V Penutup**

Bab ini, dijabarkan hasil penelitian berupa kesimpulan dari penelitian yang didapatkan dari analisis data pada bab sebelumnya. Selain itu, terdapat saran dan pertimbangan sebuah lembaga untuk menyelesaikan permasalahan serupa.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Citra Pesantren Nurul Huda An-Najah yang terbentuk di masyarakat saat ini adalah *Image Corporate*. Secara keseluruhan, Pesantren Nurul Huda An-Najah adalah pesantren yang mengedepankan metode salafiyah dengan pembelajaran kitab kuning sebagai program utama pesantren. Adapun program unggulan pesantren yakni pembelajaran ilmu shorof yang menggunakan metode dalam kitab *Amtsilah Attashrifayah* dan *Qowaid Al-I'lal* karya KH. Khudlori Tabri yang hanya diproduksi oleh Pesantren Nurul Huda. Dalam membangun citra lembaga ini semua civitas pesantren terlibat didalamnya. Mulai dari Pengasuh, Pengajar, Pengurus, santri dan juga alumni pesantren Nurul Huda An-Najah. Semua memiliki peran masing-masing untuk mempertahankan image pesantren di era modern. Pesantren Nurul Huda An-Najah juga memanfaatkan sosial media untuk membangun *image* pesantren di era modern ini. Dalam proses pembentukan *image*, Pesantren Nurul Huda An-Najah menerapkan 3 komponen penting, yaitu:

- 1) Memfokuskan penjualan/promosi kepada santri lama (*acquisiton versus retention*). Proses ini dilakukan dengan cara menanamkan pemahaman di benak santri bahwa pembelajaran yang telah dimulai di pesantren Nurul Huda An-Najah pada tingkat tsanawiyah alangkah baiknya untuk menyelesaikannya hingga tingkat Aliyah.
- 2) Membangun kepercayaan dengan memperhatikan 3 faktor penting yakni kepuasan, konsistensi dan kemudahan akses. Kepuasan didapatkan dari fasilitas dan sarana prasarana dan kualitas pembelajaran kitab di pesantren, konsistensi metode pembelajaran yang digunakan dari dulu hingga sekarang dan kemudahan akses untuk bertemu dan berkomunikasi antara orang tua.

- 3) Intensitas hubungan emosial antara pesantren dengan masyarakat terbentuk dengan adanya kegiatan Ngaji Pasaran yang dilakukan setiap tahun pada bulan Ramadhan. Selain itu hubungan intens terjalin antara santri dengan pesantren setelah santri tinggal selama bertahun-tahun di pesantren yang menumbuhkan rasa cinta dan terhadap pesantren dan rasa ingin memuliakan guru.

## **B. SARAN**

Dengan selesainya penelitian ini, penulis berharap pesantren lain dapat menggunakan cara yang sama seperti pesantren Nurul Huda An-Najah untuk membangun citra yang positif di dalam masyarakat. Mengingat saat ini banyak sekali informasi negative seputar pesantren yang beredar di sosial media. Oleh karena itu, pesantren saat ini akan lebih baik tetap mempertahankan metode salafiyah dalam setiap pengajarannya dan juga memanfaatkan teknologi digital untuk membangun kembali citra positif dari pesantren di media massa.

## DAFTAR PUSTAKA

### I. BUKU

- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 136.
- Ardianto Elviaro, *Handbook of Public Relation* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014).
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).
- Duncan, T., “*IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*”, (USA: Mc. Graw-Hill, 2002).
- Effendy, Onong Uchjana, “*Human Relation and Public Relation*”, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009).
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998).
- Ilona Vicensie Oisena Situmeang, “*Media Konvensional dan Media Online*”, Edisi I, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020).
- Jandy Luik, “*Media Baru Sebuah Pengantar*”, (Jakarta: KENCANA, 2020).
- Kotler, Philip, “*Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*”, Edisi 11, Jilid I, (Jakarta: PT. Indeks, 2007).
- Kriyantono Rachmat, *Best Practice Humas (Public Relation) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik*

*Produksi Media Publisitas dan Public Relation Writing* (Jakarta: Kencana, 2021).

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006), Cet. 22.

Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: KENCANA Prenada Media Group), 2010.

Pujileksono Sugeng, *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015).

Ruslan, R., “Manajemen Public relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

Sangadji Maman Etta Sopiah, *Metode Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010).

Shimp, Terence A., “Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Bahasa Indonesia”, Jilid I, Edisi 5, (Jakarta: Erlangga, 2003).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008).

Suparno Basuki Agus, Muktiyo Widodo, DN Sulistiani RR., “Media Komunikasi: Representasi Budaya dan Kekuasaan”, (Yogyakarta: UNS PRESS Surakarta, 2016).

Suryani Musi, dkk., “Penulisan Kreatif Public Relations”, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2022).

Tjiptono, Fandy, “Manajemen & Strategi Merek”, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011).

Tuckwell, Keith J., “*Integrated Marketing Communication: Strategi Planning Perspective. Second Edition*”, (USA: Pearso Prentice Hall, 2008).

Zaenal Mukarom, “Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2021).

## II. JURNAL ILMIAH

Aqil Abdurrohman I, “Peran Public Relations PT. Prima Komunika Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”, (Jakarta: 2019).

Fathiyah, “Strategi Brand Image Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Majene”, Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1, (Bau-Bau, Sulawesi Tenggara: Communication Science Program, Social Politic Faculty Universitas Muhammadiyah Buton, 2021).

Hida Ilyana P, “Penerapan Pendekatan Saintifik Pada Pembelajaran Fiqih di Madrasah Salafiyah (Studi Kasus Siswa Kelas x di MAS Simbang Kulon Buaran Pekalongan)”, (Pekalongan: 2015).

Mahmudah Henny, “Analisis Pengaruh *Understanding Cutomer Expectation* (UCE) dan *Building Service Partnership* (BSP) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) TBK Kantor Cabang Pembantu Lamongan”, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol.II No.1 Februari:2016, Lamongan.

Manurung Junita, Siagian Harlyn L., “Membangun Brand Image Sebagai Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Lembag Pendidikan”, Jurnal Inovatif, Vol.7, No. 2, (Bandung: Universitas Advent Indonesia, 2021).

Mulyadi Alfi isa, Zuhri Saifuddin, “Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “Meong Kopi” Melalui Media Sosial

Instagram”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No.2, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

Nuranindya Dian, “Proises Pembentukan *Brand Awareness* dan *Brand Image* Melalui Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) Pada Produk Jasa Baru (Studi Kasus Solusi Rumah Holcim)”, (Jakarta: FIUSIP UI, 2012).

Okto Bagus Rahmat, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung”, (Lampung: 2018).

Tri Pamungkas F, “Pengaruh *Integrated Marketing Communication* (Motivasi, Persepsi, Dan Sikap) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V Purwokerto)”, (Purwokerto: 2018).

### III. INTERNET

Syakir Muhammad, “Terjemah Washoya Al-Aba’ lil Abna’”, [www.tedisobandi.blogspot.com](http://www.tedisobandi.blogspot.com) .

<https://banatpekalongan.blogspot.com>, Terakhir diakses pada 28 Oktober 2023, 15.10.

<https://pesantrenterbaik.com/terbaik/pesantren-di-pekalongan/>, Terakhir diakses pada 29 Maret 2023, 00.10.

<https://www.mediaansorbuaran.com>, Terakhir diakses pada 28 Oktober 2023, 14.30.

<https://www.tvonenews.com/> , Terakhir diakses pada 29 Maret 2023, 00.06.

[www.bbc.com](http://www.bbc.com) , Terakhir diakses pada 29 Maret 2023, 00:06.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS

Nama : Qoidats Syari'ah  
Tempat Lahir : Kebumen, 04 Oktober 2001  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Desa Sekarteja Kec. Adimulyo Kab. Kebumen

### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Bapak Muh. Najih  
Nama Ibu : Ibu Wafirotul Baroroh  
Alamat : Desa Sekarteja Kec. Adimulyo Kab. Kebumen

### RIWAYAT PENDIDIKAN

MI Ma'arif Nurul Yaqin : Lulus Tahun 2013  
MTs Ma'arif Nurul Yaqin : Lulus Tahun 2016  
MA Nurul Yaqin : Lulus Tahun 2019  
UIN KH. Abdurrohman Wahid Pekalongan : Lulus Tahun 2024

### MOTTO

*"Walaupun kita tidak tahu seperti apa masa depan itu, kita harus tetap menanti matahari terbit"*

Pekalongan, 4 Maret 2024

Penulis