

## Strategi *Public Relations* Thursina International Islamic Boarding School Malang Dalam Mendukung Program Pendaftaran Calon Santri “Pass and Priority Program”

Amalia Amira Nur Rohma<sup>1</sup>, Syifa Syarifah Alamiyah<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

amaliaamr25@gmail.com <sup>1</sup>, syifa\_syarifah.ilkom@upnjatim.ac.id <sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Education in Indonesia, especially Islamic-based ones, is experiencing rapid development with the boarding school system. Thursina IIBS is one of the educational institutions that has succeeded in combining religious and general education with a holistic and balanced approach. Indent enrollment in an educational context allows schools to predict enrollment numbers and plan required resources more effectively. Through the Pass and Priority Program, prospective students can register long before entering education at Thursina IIBS, giving them time to prepare themselves. Even though this program attracts the interest of many prospective student guardians, the challenges faced by Thursina IIBS are not easy. One of the main challenges is how to maintain the interest and commitment of prospective students and student guardians during this long waiting period. In this context, the role of Public Relations becomes very important. The aim of the research carried out is to analyze how the Thursina IIBS public relations team maintains good relations with prospective student guardians during the waiting period for pivot registration. The method used in this research is qualitative research and data collection is carried out by means of observation, interviews, documentation. The research results show that the public relations strategy implemented by Thursina IIBS in the "Pass and Priority" program was successful in retaining the majority of prospective students and guardians of students during the long waiting period. Even though there were applicants who withdrew, the majority remained, which shows that the communication approach, personal service, coaching program, and use of digital media have succeeded in creating trust and loyalty among prospective student guardians.*

**Keywords:** *Public Relations Strategy, Educational Institutions, Pass and Priority Programs.*

### ABSTRAK

Pendidikan di Indonesia, khususnya yang berbasis Islam, mengalami perkembangan pesat dengan adanya sistem *boarding school*. Thursina IIBS merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berhasil menggabungkan pendidikan agama dan umum dengan pendekatan yang holistik dan seimbang. Pendaftaran inden dalam konteks pendidikan memungkinkan sekolah untuk memprediksi jumlah pendaftar dan merencanakan sumber daya yang diperlukan secara lebih efektif. Melalui *Pass and Priority Program*, calon santri dapat mendaftar jauh sebelum memasuki jenjang pendidikan di Thursina IIBS, memberikan mereka waktu untuk mempersiapkan diri. Meskipun program ini menarik minat banyak calon wali santri, tantangan yang dihadapi oleh Thursina IIBS tidaklah ringan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana mempertahankan minat dan komitmen calon santri dan wali santri selama masa tunggu yang panjang tersebut. Dalam konteks inilah peran *Public Relations* menjadi sangat penting. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah menganalisis bagaimana tim *public relations* Thursina IIBS menjaga hubungan baik dengan calon wali santri selama masa tunggu pendaftaran inden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

penelitian kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi public relations yang diterapkan oleh Thursina IIBS dalam program "Pass and Priority" berhasil mempertahankan mayoritas calon santri dan wali santri selama masa tunggu yang panjang. Meskipun terdapat pendaftar yang mengundurkan diri, mayoritas tetap bertahan, yang menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi, pelayanan personal, program pembinaan, dan penggunaan media digital telah berhasil menciptakan kepercayaan dan loyalitas di kalangan calon wali santri.

**Kata Kunci:** Strategi *Public Relations*, Lembaga Pendidikan, *Pass and Priority Program*.

## PENDAHULUAN

Pendidikan adalah komponen penting dalam peradaban manusia karena melalui pendidikan, manusia dapat meningkatkan kualitas yang ada dalam diri mereka sendiri. Tujuan pendidikan di Indonesia diharapkan dapat menyiapkan siswa menjadi warga negara yang cerdas, kritis, berpartisipasi, dan berakhlak mulia (Jaya Wibawa & Suarjana, 2019). Selanjutnya, pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran yang memungkinkan peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan untuk kemakmuran dan kesejahteraan.

Boarding school merupakan sekolah yang menerapkan sistem pendidikan asrama, maka lembaga *boarding school* menyediakan kebutuhan hidup dan kebutuhan pembelajaran untuk para siswanya (Maksudin, 2012). Pendidikan berbasis pesantren diterapkan untuk melatih para siswanya untuk manajemen waktu dalam melakukan pendidikan. Dalam menunjang pendidikan yang bersifat modern, *Islamic boarding school* memiliki standar khusus untuk menerapkan pembinaan bagi para siswanya (Hithah, 2016). Sehingga *Islamic boarding school* menjadi sebuah lembaga pendidikan islam yang bergengsi. *Islamic boarding school* adalah lembaga pendidikan yang mempunyai struktur yang rapih, sehingga pendidikan dalam lembaga ini cukup berpamor di kelasnya (Fathurrochman, 2019). Pembelajaran dalam *islamic boarding school*, mengutamakan pendidikan islam sehingga dapat memberikan sebuah elementer agama islam khususnya dalam pengamalan beragama. Pendidikan agama yang dahulu hanya memberikan pendidikan dengan konsep klasik, kini lembaga Islamic boarding school menerapkan pembelajaran yang lebih modern untuk mengikuti perkembangan zaman (Sulisno & Abdullah, 2019).

Thursina IIBS adalah sekolah islam yang eksklusif dengan sistem sekolah asrama bertaraf internasional. Hal ini didukung oleh adanya program pendaftaran inden di Thursina IIBS. Sebuah artikel di situs web Thursina IIBS menyatakan bahwa program inden di Thursina IIBS dianggap sebagai Pass and Priority program, dan Thursina IIBS Malang memiliki jangka waktu pendaftaran yang biasanya cukup lama, biasanya empat hingga lima tahun. Thursina IIBS adalah lembaga pendidikan yang

mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dengan berbagai program. Salah satu program yang menarik bagi peneliti adalah sistem pendaftaran sekolah inden, yang memiliki masa tunggu yang cukup lama. Menarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi public relations Thursina IIBS untuk sistem pendaftaran inden, program Pass and Priority.

Pass and Priority program yang diterapkan dalam sistem pendaftaran Thursina IIBS didesain khusus untuk merekrut para santri. Untuk memasuki jejang SMP, masa tunggu bisa mulai dari kelas 2 dan 3 Sekolah Dasar (SD) atau sederajat. Serta untuk ke jenjang SMA, dimulai dari kelas 6 Sekolah Dasar (SD) dan kelas 7 Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau sederajat. Calon santri yang mendaftar melalui Pass and Priority program memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi santri di Thursina IIBS Malang. Bagi santri yang telah diterima dalam masa tunggu akan memperoleh fasilitas program, pembinaan baik al-Quran, bahasa arab dan inggris, akademik dan konseling. Jadi ketika lulus dari SD atau sederajat dan SMP atau sederajat calon santri sudah memiliki kesiapan untuk mengikuti program pendidikan berbasis *boarding* atau pesantren di Thursina IIBS Malang. Bahwa sesungguhnya pendidikan terbaik tidak akan bisa terwujud tanpa adanya dukungan orang tua, keluarga santri maupun Masyarakat sekitar. Oleh karenanya jaringan komunikasi dan layanan informasi santri merupakan hal terpenting dan menjadi prioritas Thursina IIBS Malang. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti strategi tim *public relations* Thursina IIBS Malang dalam mendukung program pendaftaran inden "Pass and Priority Program" untuk tetap menjaga hubungan baik dengan calon wali santri ketika mendaftarkan putra/putrinya melalui sistem pendaftaran inden dan juga strategi tim *public relations* Thursina IIBS untuk mempertahankan hubungan dan komunikasi dengan calon wali santri yang telah mendaftar pada sistem pendaftaran inden yang disebut *pass and priority* program.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Gunawan, 2013) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Maka dari itu, pada penelitian kualitatif tidak diperbolehkan untuk mengisolasi individu ke dalam variabel tertentu atau hipotesis, namun harus memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* yang digunakan oleh Thursina IIBS Malang untuk menjalin hubungan baik dengan calon wali santri pada Pass and Priority program. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan metode ini karena metode kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial. Selain itu, penelitian kualitatif sering digunakan untuk mengungkap permasalahan kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan

budaya, hingga dapat dijadikan suatu kebijakan dilaksanakan demi kesejahteraan bersama. (Gunawan, 2013).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Honebein (1996) (dalam Saputri 2023) menggambarkan paradigma konstruktivisme sebagai pendekatan yang menegaskan bahwa orang membangun pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri tentang dunia melalui mengalami hal-hal yang beragam dan merenungkan pengalaman-pengalaman. Hal ini didasarkan pada analogi atau dasar bahwa orang membentuk atau membangun banyak dari pengalaman yang mereka pelajari. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai wujud konstruksi dari lingkungan sosial kita. (Basrun 2019)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Strategi *Public Relations* Thursina IIBS Malang

Dalam menjalankan strategi *Public Relations* (PR), Thursina International Islamic Boarding School (IIBS) Malang menerapkan pendekatan yang berfokus pada identifikasi kebutuhan, analisis audiens, serta pemilihan metode komunikasi yang paling tepat untuk membangun hubungan yang baik dengan para wali santri dan calon wali santri. Dalam menjalankan strategi *Public Relations* (PR), Thursina International Islamic Boarding School (IIBS) Malang menerapkan pendekatan yang berfokus pada identifikasi kebutuhan, analisis audiens, serta pemilihan metode komunikasi yang paling tepat untuk membangun hubungan yang baik dengan para wali santri dan calon wali santri. Selanjutnya, tahapan-tahapan dalam strategi PR yang dijalankan mencakup identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, akan diuraikan sebagai berikut.

#### 1. Proses Identifikasi Masalah Calon Wali Santri

Dalam program pendaftaran santri baru "Pass and Priority Program", Tim PR Thursina mengambil langkah proaktif dengan melakukan upaya pendekatan awal kepada calon wali santri. Inisiatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin dihadapi oleh para calon wali santri selama masa tunggu sebelum anak mereka masuk ke sekolah. Dengan melakukan *reach out* ini, tim PR dapat memahami kekhawatiran, kebutuhan, dan harapan calon wali santri lebih awal, sehingga mereka dapat memberikan informasi yang lebih tepat, menjawab pertanyaan yang ada, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan para calon wali santri. Langkah ini juga menunjukkan komitmen Thursina untuk memberikan pengalaman terbaik bagi calon wali santri dan mendukung mereka selama proses masa tunggu. Pada tahapan ini merupakan tahapan menentukan masalah dan menentukan kejadian apa yang terjadi sekarang. Mencakup riset, pemantauan, pencarian data, dan pengumpulan fakta-fakta sebelum melakukan suatu tindakan. Tahapan ini ialah pondasi untuk langkah-langkah selanjutnya dalam proses pemecahan masalah. (Cutlip et al, 2009).

Pada penelitian kali ini, peneliti menemukan adanya tindakan yang dilakukan oleh *public relations* Thursina IIBS yang bertindak secara proaktif melakukan identifikasi masalah melalui pendekatan *reach out*. Pendekatan *reach out* ini dilakukan dengan cara menghubungi calon wali santri terlebih dahulu untuk memahami kekhawatiran, kebutuhan, dan ekspektasi mereka selama masa tunggu pendaftaran berlangsung. Pada tahapan yang dilakukan oleh *Public Relations* Thursina IIBS ini, didukung dengan pernyataan Cutlip (2013) dalam bukunya yang berjudul "Effective Public Relations" menyebutkan bahwa *proactive issue management* merupakan bagian penting dari strategi *Public Relations* yang menekankan perlunya organisasi untuk bertindak sebelum masalah atau isu berubah menjadi krisis. Konsep ini menyoroti pendekatan proaktif dalam mengidentifikasi, memantau, dan menangani potensi isu yang mungkin berdampak pada organisasi atau hubungannya dengan publik. Cutlip juga menyampaikan bahwa komunikasi yang efektif dan proaktif adalah kunci dalam *defining the problem*. Upaya *reach out* terhadap wali santri dapat dipandang sebagai bagian dari upaya proaktif dalam deteksi dini terhadap masalah atau kebutuhan yang mungkin muncul.

## 2. Perencanaan Program Berbasis Kebutuhan Calon Wali Santri

Salah satu hasil nyata dari proses inisiatif proaktif Tim PR Thursina, dan berperan aktif dalam menjembatani komunikasi, ialah bahwasannya pengembangan program yang dirancang menjadi sebuah kekuatan bagi Thursina IIBS Malang dalam mempersiapkan anak untuk memasuki dunia pesantren. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara dari salah satu informan penelitian. Selama masa tunggu Pass and Priority Program di Thursina IIBS, terdapat berbagai program pembinaan yang disiapkan untuk mendukung pengembangan diri siswa sebelum mereka memasuki dunia pesantren.

### a. SiSantri

Platform SiSantri dirancang dengan tujuan pembinaan selama masa tunggu periode inden atau program Pass Priority yang di dalamnya terdapat akses untuk materi belajar dan berbagai aktivitas. Melalui platform SiSantri ini, juga berfungsi sebagai alat untuk mengenalkan santri pada budaya dan lingkungan pesantren, sehingga mereka tidak merasa asing ketika sudah memulai bersekolah secara fisik di Thursina IIBS nantinya. Tidak hanya dirancang untuk santri, namun SiSantri juga dirancang khusus untuk orang tua. Adanya program co-parents yang dirancang bertujuan agar orang tua dapat lebih memahami dan mendukung perkembangan anak mereka selama masa inden.

### b. Islamic Super Camp (ISC)

Islamic Super Camp (ISC) adalah program yang diadakan oleh Thursina International Islamic Boarding School (IIBS) Malang, khususnya untuk calon santri yang telah diterima (santri inden) di sekolah tersebut. Program ini bertujuan untuk memperkenalkan budaya pesantren dan lingkungan belajar di Thursina IIBS kepada para santri baru sebelum mereka memulai tahun ajaran. kegiatan yang dilakukan dalam ISC mencakup berbagai

aktivitas yang dirancang untuk memberikan gambaran nyata mengenai kehidupan di pesantren. Selama dua hari satu malam, peserta akan merasakan langsung suasana kehidupan pesantren, belajar mandiri, dan berinteraksi dengan lingkungan baru tanpa kehadiran orang tua mereka.

Informasi yang terkumpul pada tahapan pertama digunakan untuk membuat keputusan-keputusan strategi dasar apa yang akan dilakukan dengan urutan yang bagaimana dan untuk mengatasi masalah apa. (Cutlip et al, 2009). Pada penelitian ini peneliti menemukan bahwa Thursina IIBS melakukan perencanaan yang sesuai dengan hasil riset yang dilakukan pada tahapan finding the fact and defining the problem. Thursina IIBS bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan kebutuhan wali santri dengan pihak-pihak terkait di lembaga pendidikan. Peran PR di sini sangat penting karena mereka bertanggung jawab untuk mengidentifikasi kebutuhan wali santri melalui komunikasi yang intensif, kemudian mengintegrasikan temuan tersebut ke dalam program yang relevan dan solutif. Proses ini tidak hanya melibatkan pengumpulan informasi, tetapi juga koordinasi antara berbagai departemen untuk memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan harapan dan kebutuhan calon wali santri. Dalam hal ini, PR berfungsi sebagai mediator yang memfasilitasi dialog antara wali santri dan pihak sekolah, menciptakan komunikasi dua arah yang produktif. Pada tahap ini PR Thursina tidak hanya bekerja sendiri, namun dalam proses perencanaan, pengembangan program melibatkan berbagai unit disekolah yang berarti PR Thursina berkolaborasi dengan lintas departemen. Ini mencerminkan pandangan Cutlip, Center, dan Broom (2006), yang menekankan bahwa perencanaan yang baik harus melibatkan seluruh elemen organisasi, sehingga strategi yang dihasilkan lebih komprehensif dan berpotensi mencapai hasil yang lebih baik.

### 3. Pelaksanaan dan Strategi Komunikasi Efektif

#### a. Pemastian Keterlibatan Aktif Calon Santri Selama Masa Tunggu

Dalam pelaksanaannya, yang dihadapi adalah bahwa calon santri atau santri yang diterima di program inden ini tidak seluruhnya menjalankan program yang telah disediakan oleh Thursina IIBS selama masa tunggu program pendaftaran. Tantangan yang dihadapi oleh Tim PR Thursina yang kemudian membuat Tim PR Thursina melakukan upaya untuk memastikan bahwa santri terlibat aktif mengikuti program selama masa tunggu. salah satu bentuk upaya untuk memastikan santri terlibat aktif adalah memberi sweetener. Upaya yang dilakukan oleh tim PR ini adalah dengan merancang serangkaian program interaktif yang dirancang khusus untuk mengisi masa tunggu ini dengan kegiatan yang bermanfaat dan menyenangkan. adanya upaya interaktif yang dilakukan Tim PR Thursina untuk memastikan santri tetap tetap termotivasi untuk belajar dan dapat menikmati proses pembelajaran meskipun dilakukan secara daring setelah jam sekolah yang panjang.

Dengan menambahkan elemen interaktif seperti kuis dan permainan (*game*) di dalam platform program SiSantri, ialah bertujuan untuk mengurangi kejenuhan santri dengan memberikan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan dan menarik yang demikian akan mendorong partisipasi aktif para santri. Program pembinaan ini meliputi berbagai aktivitas seperti orientasi *online*, pelatihan keterampilan, dan kegiatan pengenalan budaya pesantren, yang dirancang untuk membantu calon santri beradaptasi dengan lingkungan baru mereka. Selain itu, tim PR juga melakukan tindak lanjut secara berkala untuk memastikan bahwa calon santri tidak hanya menghadiri program tetapi juga aktif terlibat dalam kegiatan yang diberikan. Tindakan ini tidak hanya mencakup pemantauan partisipasi tetapi juga melibatkan penanganan masalah atau kendala yang mungkin dihadapi oleh calon santri, dengan tujuan untuk menjaga motivasi dan memastikan bahwa program pembinaan berjalan dengan lancar.

b. Strategi Komunikasi untuk Membangun Persepsi Positif Calon Wali Santri

Selama masa tunggu pendaftaran inden Pass and Priority program, tim PR Thursina menerapkan komunikasi yang reaktif untuk memastikan wali santri tetap merasa terinformasi. Menyadari pentingnya komunikasi yang berkelanjutan dan keterlibatan yang aktif dari wali santri, tim PR Thursina tidak hanya mengandalkan platform media sosial namun juga menciptakan grup WhatsApp khusus. Grup ini dirancang sebagai platform komunikasi dibuka dua arah yang memungkinkan wali santri berinteraksi secara langsung dengan pihak sekolah, mendapatkan informasi terbaru, dan merasa tetap terhubung meskipun anak-anak mereka belum resmi masuk tahun ajaran yang seharusnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah pembentukan grup WhatsApp yang dibuka dua arah. Tim PR secara rutin mengapresiasi para calon wali santri dengan cara yang kreatif dan personal. Tim PR membuat desain grafis yang menampilkan prestasi anak-anak yang sudah mulai menunjukkan potensi, meskipun mereka belum secara resmi memulai tahun ajaran di Thursina IIBS. Dengan menyoroti pencapaian ini, tim PR tidak hanya memberikan motivasi tambahan kepada calon santri, tetapi juga membangun kebanggaan dan kepercayaan wali santri terhadap pilihan mereka untuk mendaftarkan anak-anak mereka di Thursina.

Tim *Public Relation* Thursina lebih terbantu dengan pemanfaatan platform digital lainnya sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan pesan yang lebih beragam, dan meningkatkan keterlibatan wali santri serta calon santri dengan cara yang lebih efektif. Fani & Alamiyah (2024) dalam jurnalnya mengatakan bahwa media sosial digunakan sebagai platform untuk mempromosikan dan memperkenalkan program untuk meningkatkan kunjungan masyarakat terhadap instansi terkait. Adapun media sosial dan platform digital berdasarkan hasil wawancara dan observasi adalah sebagai berikut:

1.	Website Resmi	<a href="https://thursinaiibs.sch.id/">https://thursinaiibs.sch.id/</a>
2.	Instagram	@thursinaiibs
3.	Youtube Channel	Thursina IIBS
4.	TikTok	@thursinaiibs
5.	LinkedIn	Thursina International Islamic Boarding School
6.	Whatsapp	

Strategi komunikasi ini terbukti efektif dalam membentuk persepsi positif di kalangan calon wali santri. Ini tidak hanya memperkuat hubungan mereka dengan sekolah tetapi juga meningkatkan kepercayaan wali santri terhadap keputusan untuk memilih Thursina sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Kemudian kepercayaan ini tercermin dalam loyalitas mereka yang tinggi, yang ditunjukkan dengan kesediaan mereka untuk merekomendasikan Thursina IIBS kepada orang lain melalui *word of mouth*. Pada tahapan ini, strategi komunikasi memiliki peran sentral dalam membangun persepsi positif calon wali santri melalui penggunaan alat-alat *public relations*, khususnya media komunikasi seperti grup WhatsApp yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media ini efektif dalam membangun kepercayaan dan menciptakan persepsi positif, yang kemudian diikuti dengan tindakan *referral* atau rekomendasi dari wali santri yang puas kepada calon wali santri lainnya, melalui mekanisme *word of mouth*.

Dalam implementasinya, strategi komunikasi ini mengacu pada tahapan *action and communication* dalam teori *Public Relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2006). Pada tahap ini, strategi yang dirumuskan diterapkan dalam bentuk tindakan nyata dan komunikasi yang efektif kepada audiens target. Grup WhatsApp yang dibuka untuk komunikasi dua arah menjadi alat yang strategis dalam menjalankan fungsi ini. Melalui platform ini, calon wali santri tidak hanya mendapatkan informasi langsung, tetapi juga dapat berinteraksi secara aktif, yang meningkatkan rasa keterlibatan dan kepercayaan. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Cutlip *et al.* bahwa tindakan nyata dan komunikasi yang terbuka akan membentuk persepsi positif di benak publik.

#### 4. Evaluasi Program

Pelaksanaan evaluasi rutin oleh tim PR Thursina merupakan salah satu langkah untuk memastikan efektivitas dan kesuksesan dalam mendukung program pendaftaran inden Pass and Priority. Tim PR Thursina memiliki pola rapat rutin yang dilakukan mingguan, bulanan, dan tahunan yang sudah ditetapkan oleh lembaga, dengan tujuan untuk memastikan koordinasi dan komunikasi yang efektif di antara semua unit dan tim yang terlibat. Setelah setiap event atau kegiatan, tim PR dan unit terkait melakukan evaluasi untuk menilai apa yang berjalan dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Thursina IIBS dan termasuk tim PR berkomitmen tidak berpuas

diri dengan apa yang telah dicapai. Evaluasi yang rutin dan menyeluruh memungkinkan tim PR dan unit terkait lainnya untuk melakukan perencanaan ulang dan upaya penyempurnaan strategi selanjutnya berdasarkan temuan dari evaluasi tersebut.

Evaluasi ini tidak hanya mengukur *output* seperti jumlah informasi yang disebar atau jumlah calon pendaftar yang terlibat, tetapi juga *outcome* dan *impact* seperti dengan apa yang dikemukakan oleh Lindenmann (1993). *Outcome* dalam konteks PR Thursina dapat berupa persepsi positif atau kepercayaan yang terbentuk di benak calon wali santri setelah mereka mendapatkan informasi melalui program Pass Priority. Sementara itu, *impact* yang lebih strategis dapat diukur dengan hasil nyata seperti peningkatan jumlah pendaftar atau referensi dari wali santri yang telah mendaftar dan merekomendasikan lembaga kepada orang lain. Dengan adanya evaluasi yang terus dilakukan, PR Thursina bisa menyempurnakan strategi PR yang akan datang. Evaluasi ini memberikan panduan tentang aspek mana yang perlu ditingkatkan, seperti penyampaian informasi yang lebih efektif, penggunaan media yang lebih tepat, atau peningkatan interaksi dalam grup WhatsApp. Tujuannya adalah agar strategi PR berikutnya bisa lebih baik dalam menarik calon wali santri dan memperkuat citra positif lembaga di mata publik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut bahwa “Strategi *Public Relations* Thursina International Islamic Boarding School Malang Dalam Mendukung Program Pendaftaran Calon Santri “Pass and Priority Program” berhasil menjaga hubungan baik dengan calon wali santri. Thursina IIBS menerapkan strategi *Public Relations* (PR) secara efektif untuk mendukung program pendaftaran inden “Pass and Priority Program”. Menyadari bahwa masa tunggu pendaftaran inden yang cukup panjang yakni berkisar tiga sampai lima tahun dapat menjadi tantangan dalam menjaga minat calon santri dan wali santri, Thursina merancang berbagai program pembinaan yang khusus ditujukan bagi calon santri yang telah terdaftar dalam skema inden. Melalui program-program tersebut, Thursina bertujuan untuk tidak hanya menjaga komunikasi yang berkelanjutan tetapi juga merawat hubungan baik dengan para wali santri, serta memastikan calon santri merasa lebih siap untuk memasuki kehidupan pondok.

PR Thursina IIBS Malang melakukan strategi upaya identifikasi masalah secara proaktif melalui pendekatan *reach out* kepada calon wali santri. Upaya ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terkait kebutuhan, harapan, dan kekhawatiran mereka selama masa tunggu, sehingga PR dapat merespons dengan program dan komunikasi yang lebih sesuai. Program seperti SiSantri, Islamic Super Camp, dan grup komunikasi WhatsApp menjadi sarana efektif untuk mendukung komunikasi dua arah dan membangun persepsi positif calon wali santri terhadap institusi. Upaya PR untuk melibatkan calon santri dalam berbagai aktivitas daring dan interaktif selama masa tunggu juga terbukti efektif dalam mempertahankan motivasi

dan minat mereka. Strategi komunikasi dan evaluasi yang rutin dilaksanakan oleh PR Thursina IIBS mencerminkan pendekatan yang terencana dan berkesinambungan, yang tidak hanya mengukur keterlibatan peserta, tetapi juga dampak jangka panjang seperti peningkatan kepercayaan dan loyalitas wali santri. Kesuksesan program ini menunjukkan pentingnya integrasi komunikasi efektif dan upaya proaktif dalam manajemen isu untuk membangun citra positif lembaga pendidikan.

Dari penelitian ini, peneliti menyarankan agar Thursina IIBS Malang terus meningkatkan kualitas komunikasi dan layanan PR, terutama dengan memperkuat aspek digital untuk menjangkau lebih luas dan lebih cepat, sehingga pengalaman calon wali santri selama masa tunggu semakin optimal. Bagi peneliti selanjutnya dapat mencoba mengembangkan penelitian dengan mencoba melihat perspektif orang tua, guna mengukur efektivitas strategi *Public Relations* yang diterapkan oleh lembaga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. & Broom, Glen M. (2009). *Effective Public Relations*. Edisi 9 Cetakan Ketiga. Jakarta: Kencana.
- Fani, M., & Alamiyah, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bangkalan dalam Meningkatkan Literasi Pemustaka Usia Sekolah. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 737-745.
- Fathurrochman, Irwan. Dina Hajja Ristianti, and Mohammad Aziz Shah bin Mohamed Arif. (2019). "Revitalization of Islamic Boarding School Management to Foster the Spirit of Islamic Moderation in Indonesia" *International Journal of Islamic Education* 8, no. 2 (2019): 239-258. DOI :10.14421/jpi.2019.82.239-258.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Hithah, F. M., Suyono, B., & Rukayah, S. (2019). Islamic boarding school Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*, 2(11).
- Jaya Wibawa, I. M. A., & Suarjana, I. M. (2019). *Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw 1 dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Pendidikan Kewarganegaraan*. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 3(1), 115–124.
- Lindenmann, W. K. (1993). *Guidelines for measuring the effectiveness of PR programs and activities*. Institute for Public Relations Research.
- Maksudin. (2006). "Pendidikan Nilai Sistem Boarding School di SMP IT Abu Bakar".  
Disertasi

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 1 (2025) 596 - 606 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v7i1.5704

Saputri, A. D., Ningsih, C., & Sukarni, N. F. (2023). Strategi Humas Ditjen Diktiristek Dalam Mempublikasikan Program Kampus Merdeka Melalui Website dikti.kemdikbud.go.id. *Jurnal Cyber PR*, 3(1), 53-65.

Sulisno, S., & Abdullah, A. (2019). Islamic Boarding School and Community Empowerment. *International Journal of Education and Learning*, 1(2), 73-82.

Umanailo, M. C. B., & Basrun, C. (2019). Paradigma Konstruktivis (October).