

**STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN
JABAL NUR DALAM MEREKRUT SANTRI BARU
DI KECAMATAN KANDIS KABUPATEN SIAK**

© Hak cipta milik

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Syarat Sebagian Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

WIWIN
NIM. 11940322067

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN JABAL NUR
DALAM MEREKRUT SANTRI BARU DI KECAMATAN KANDIS
KABUPATEN SIAK**

Disusun Oleh :

Wiwini

NIM. 11940322067

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 20 Juni 2023

Pembimbing,

Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130 417 119

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Wiwin
 NIM : 11940322067
 Judul : **Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur Dalam Merekut Santri Baru Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak**

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 06 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 06 Juli 2023



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
 NIP. 19710612 199803 1 003

Penguji III,

Dr. Sudianto, S.Sts., M.I.Kom
 NIP. 19801230 200604 1 001

Sekretaris/ Penguji II,

Yefni, M.Si
 NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji IV,

Tika Mutia, M.I.Kom
 NIP. 19861006 201903 2 010

a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wiwin

NIM : 11940322067

Tempat/ Tgl. Lahir : Beringin Lestari, 05-05-2001

Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN JABAL NUR DALAM MEREKRUT SANTRI BARU DI KECAMATAN KANDIS KABUPATEN SIAK**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
- Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 13 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Wiwin

NIM. 11940322067

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 20 Juni 2023

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Wiwin
 NIM : 11940322067
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur Dalam Merekrut Santri Baru Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom
 NIK. 130 417 119

Mengetahui :
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si
 NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Wiwin

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur Dalam Merekrut Santri Baru Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak

Pondok Pesantren Jabal Nur merupakan salah satu pesantren yang ada di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak yang tergolong baru. Akibat banyaknya pesantren yang ada di Kecamatan Kandis menjadi pemicu tingginya persaingan antar lembaga pesantren dalam mendapatkan santri baru, sehingga masing-masing pesantren dituntut untuk memiliki strategi komunikasi yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang di terapkan Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Pondok Pesantren Jabal Nur telah menerapkan 4 (empat) elemen bauran pemasaran 4P dalam menjalankan strategi komunikasi. Namun dari ke empat elemen tersebut *Promotion* merupakan elemen yang lebih efektif yaitu dengan menggunakan berbagai media seperti : media cetak (brosur, kalender, baliho atau spanduk), media sosial (Facebook, Youtube, Instagram dan Tik Tok), promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan mengadakan kegiatan sosialisasi. Strategi lainnya seperti *Product* (produk) pesantren menyediakan jasa pendidikan formal dan non formal serta menyediakan berbagai macam program unggulan. *Price* (harga) dengan mengadakan diskon harga untuk 50 orang pendaftar pertama serta mengadakan program gratis SPP untuk santri yang kurang mampu dan yatim piatu. Dan strategi *Place* (tempat) memilih lokasi yang sangat strategis sehingga mudah di jangkau.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Bauran Pemasaran 4P, Pondok Pesantren Jabal Nur.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik

Hak Cipta Diturunkan ke Unde
1. Dilarang mengutip seb

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Name : Wiwin
Department : Communication Science
Title : *Jabal Nur Islamic Boarding School In Recruiting New Students In Kandis Sub-district Siak District*

Jabal Nur Islamic Boarding School is one of the Islamic boarding schools in Kandis District, Siak Regency which is relatively new. As a result of the large number of Islamic boarding schools in Kandis District, this has triggered high competition between Islamic boarding schools in obtaining new students, so that each Islamic boarding school is required to have good marketing communications. This study aims to determine the marketing communications applied by the Jabal Nur Islamic Boarding School in recruiting new students using the 4P marketing mix, namely Product, Price, Place and Promotion. This study used a qualitative descriptive method with data collection techniques using observation, interviews and documentation. The results of this study found that the Jabal Nur Islamic Boarding School had implemented 4 (four) elements of the 4P marketing mix in carrying out its marketing communications. However, of the four elements Promotion is a more effective marketing element by using various media such as: print media (brochures, calendars, billboards or banners), social media (Facebook, Youtube, Instagram and Tik Tok), word of mouth promotion (word of mouth), and held outreach activities. Other marketing such as Islamic boarding school products provide formal and non-formal education services and provide a variety of excellent programs. Price by holding a price discount for the first 50 registrants and holding a free tuition program for underprivileged students and orphans. And the marketing element Place (place) has a very strategic location so it's easy to reach.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Mix 4P, Jabal Nur Islamic Boarding School.*





KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah dan inayahNya, serta kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan hingga ke zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Dalam Merekrut Santri Baru Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak”

merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yakni **Bunda Solihat** dan **Ayahanda Lukman** yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do'a, dorongan dan motivasi. Serta tak lupa juga nenek dan kakek tercinta yakni **Nenek Nenah**, **Kakek Alm Uba**, **Nenek Alm Mami** serta **Kakek Alm Said**. Mereka adalah orang terpenting didalam hidup saya. Terimakasih atas segala pemberian yang tidak bisa tergantikan dan tidak akan mungkin terbalaskan oleh penulis. Serta kepada kakak tercinta yakni **Rina Srinawati**, abang tercinta **Hendra Sukmana** dan adek tercinta **Luna Rahmawati** yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis agar terus semangat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan ide dan sumber pendukung untuk melengkapi skripsi ini. Selama masa perkuliahan

- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacukan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh dukungan dan juga semangat dari banyak pihak. Untuk itu dengan setulus hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., Wakil Rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
- Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
- Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Artis, S.Ag., M.I, Kom selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Mustafa, S.Sos., M.I, Kom selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal perkuliahan sampai selesai.
- Bapak Dr. Usman, M.I, Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu saya dalam memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini dan selaku *Coach Zevky Event Organizer* yang sudah memberikan kesempatan dan kepercayaannya kepada penulis untuk belajar di *Zevky Event Organizer*.
- Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku hingga penulis menyelesaikan penelitian ini.
 10. Kepada keluarga besar *Zevky Event Organizer* yang sudah sama-sama belajar di *Zevky Event Organizer*.
 11. Kepada Pimpinan, Staff dan Santri Pondok Pesantren Jabal Nur yang telah membantu dan bersedia menerima peneliti untuk melakukan penelitian serta memberikan data yang peneliti butuhkan.
 12. Kepada teman-teman seperjuangan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau yaitu, Mawaddah Tujarah, Siti Fatonah, Elsa Putri, Rastika Febri Diana dan Wilda Tut Taharah yang telah memberikan masukan dan saran mengenai perkuliahan dan skripsi.
 13. Kepada teman terbaik saya Winda Sri Wahyuni, Evi Rahmawati, Wulansari dan Khairunnisa yang telah membantu memberikan masukan dan saran serta *support* penuh penelitian serta penulisan skripsi ini.
 14. Kepada Hengki Setiawan sebagai partner spesial saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju dan maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.
 15. Dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan berani melewati setiap langkah perjuangan dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
- Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan, baik dari kalangan akademis, maupun masyarakat luas pada umumnya. Aamiin Ya Rabbal ‘alamin.

Pekanbaru, 20 Juni 2023
Penulis

WIWIN
NIM. 11940322067



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Konsep Operasional	32
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3 Sumber Data Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Validitas Data	37
3.5 Teknik Analisis Data	38
BAB IV GAMBARAN UMUM	39
4.1 Sejarah Pondok Pesantren Jabal Nur	39
4.2 Profil Pondok Pesantren Jabal Nur	40

Hak cipta dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

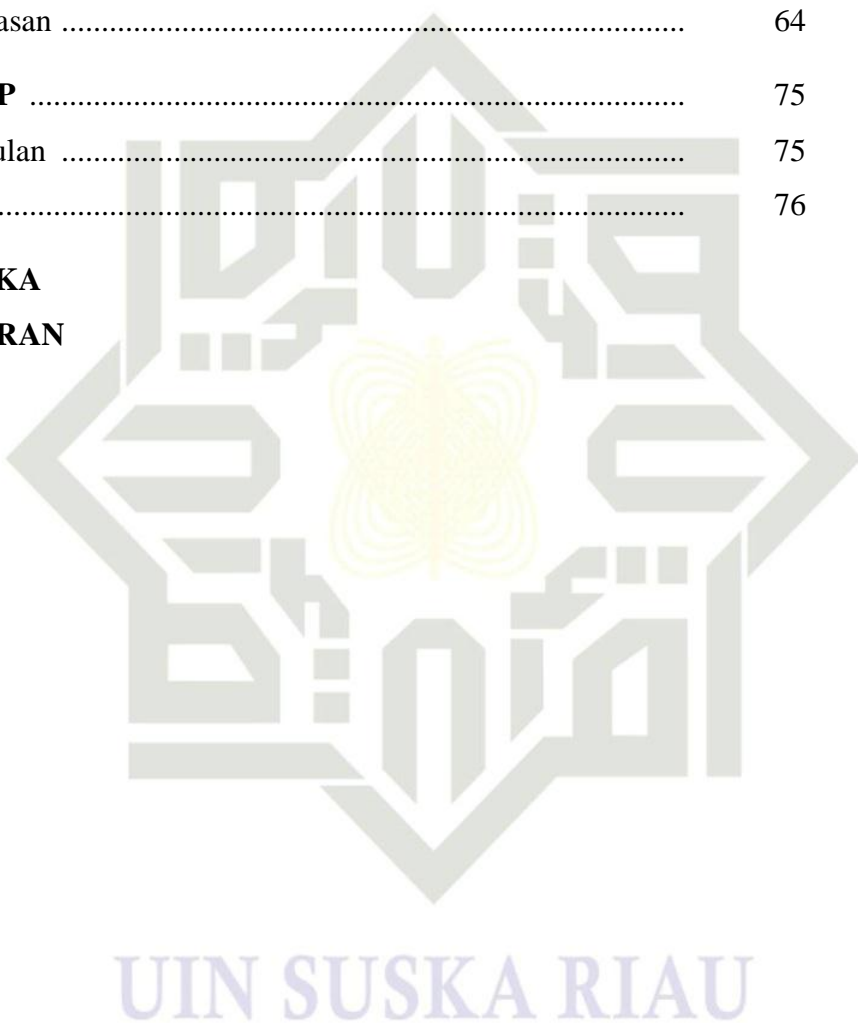


UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

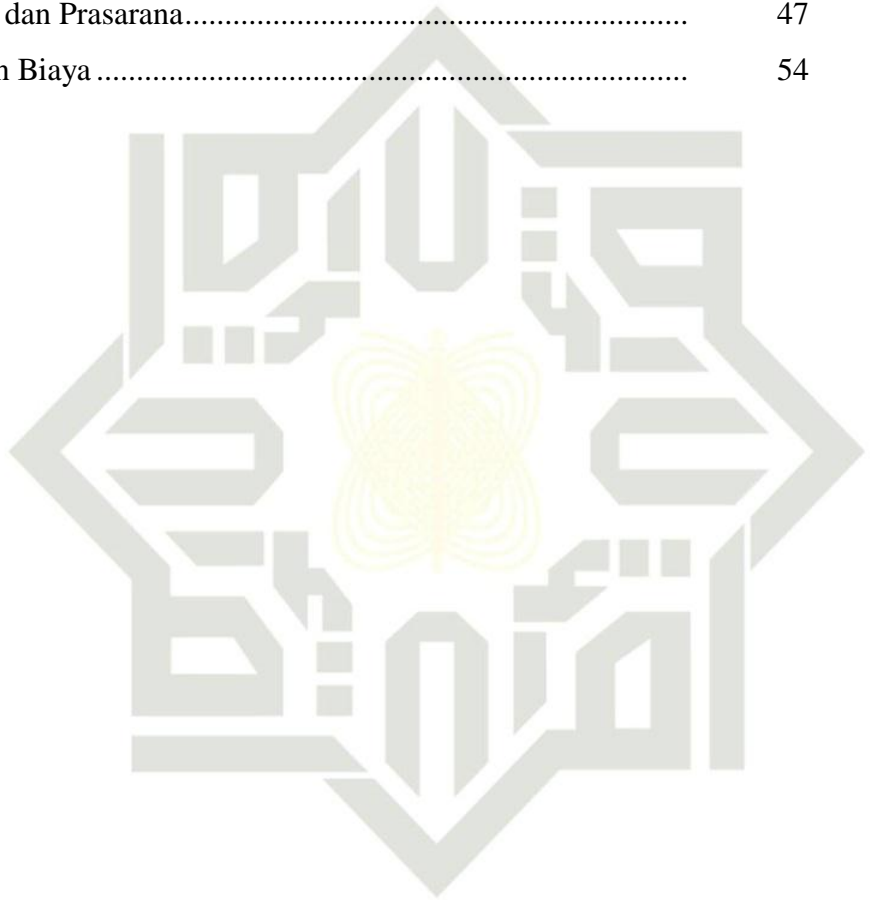
4.3 Logo Pondok Pesantren Jabal Nur	41
4.4 Visi, Misi & Motto Pondok Pesantren Jabal Nur	43
4.5 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Jabal Nur	45
4.6 Pencapaian Pondok Pesantren Jabal Nur	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Hasil Penelitian	48
5.2 Pembahasan	64
BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Data Jumlah Santri Yang Masuk Dari Periode Tahun 2017-2023	3
Informan Penelitian	36
Profil Pondok Pesantren Jabal Nur.....	40
Sarana dan Prasarana.....	47
Rincian Biaya	54



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip Sebagian atau Seluruh kata atau Usir dalam buku ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

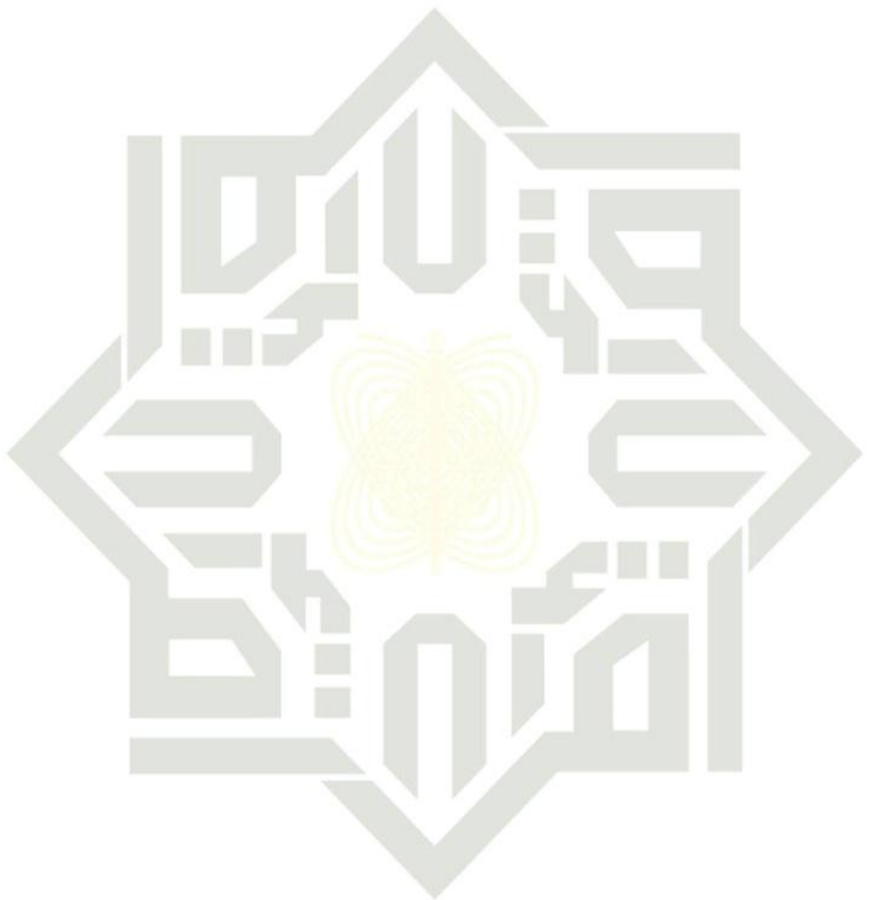
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Logo Pondok Pesantren Jabal Nur	41
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Pondok Pesantren Jabal Nur.....	45
Gambar 4.3	Penghargaan Pondok Pesantren Jabal Nur	46
Gambar 5.1	Sistem Pendidikan Pondok Pesantren Jabal Nur	50
Gambar 5.2	Ekstrakurikuler Kaligrafi	52
Gambar 5.3	Kegiatan Mikro Teaching.....	53
Gambar 5.4	Lokasi Pondok Pesantren Jabal Nur	55
Gambar 5.5	Media Promosi Brosur	57
Gambar 5.6	Media Promosi Kalender.....	58
Gambar 5.7	Media Promosi Baliho atau Spanduk	59
Gambar 5.8	Media Sosial	61
Gambar 5.9	Aktivitas Sosialisasi	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Penelitian

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia pendidikan membuat semua lembaga pendidikan terkhusus sekolah pesantren terus berbenah diri, mulai dari fasilitas sumber daya yang bagus bahkan sampai pada pemilihan kurikulum, serta program unggulan yang ada disekolah. Banyaknya lembaga pendidikan yang berdiri terutama di daerah Kabupaten Siak Kecamatan Kandis saat ini, seperti Pondok Pesantren Darus Shofa, Pondok Pesantren Yanbuul Ulum Kandis, Pondok Pesantren Putra Al-Fatah Temboro Cabang Kandis, Yayasan Pendidikan Islam Al-Hikmah, dan Sekolah Negeri lainnya.¹ Hal ini menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menentukan sekolah mana yang akan dipilih, dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa sekolah yang ternama menjadi sekolah favorit pilihan yang banyak disukai oleh masyarakat.

Akibat banyaknya pesantren yang ada di Kecamatan Kandis, ini menjadi pemicu tingginya persaingan antar lembaga pesantren dalam mendapatkan santri baru. Sehingga masing-masing pesantren dituntut untuk memperkenalkan dan mempromosikan sekolahnya terhadap masyarakat. Dalam memperkenalkan pesantren kepada masyarakat bukan hanya sebatas agar masyarakat mengetahui keberadaan pesantren tersebut, namun sangat diperlukan adanya suatu usaha yang dilakukan oleh lembaga pesantren dalam mempromosikan program-program unggulan pesantren dengan tujuan menarik hati masyarakat dalam menjatuhkannya. Hal yang perlu dilakukan adalah dengan menggunakan strategi komunikasi dalam pemasaran. Namun dalam kesenjangan ini, menurut hasil prariset bahwa strategi komunikasi dalam pemasaran di Pondok Pesantren Jabal Nur jarang diteliti. Kebanyakan peneliti melakukan riset tentang Komunikasi Interpersonal dalam

¹<https://www.datapendidikan.com/kab/siak/kandis> diakses pada tanggal 7 februari 2023 pukul 09:15 WIB.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menanamkan akhlak santri, Kesehatan, Etika Pergaulan Islami, Pengaruh Pengelolaan Usaha Pondok, dan lain sebagainya.²

Perkembangan sistem informasi yang sangat cepat dalam memasuki era digitalisasi tak terkecuali pendidikan di pesantren memiliki persaingan yang semakin ketat dalam hal promosi maupun rekrutmen santri baru yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi komunikasi dalam pemasaran yang baik. Strategi komunikasi pemasaran merupakan suatu perpaduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang sifatnya dalam jangka waktu yang panjang.³ Maka dari itu sekolah perlu memiliki strategi komunikasi dalam kegiatan pemasaran, khususnya Pondok Pesantren Jabal Nur. Untuk mencapai suatu keberhasilan, maka Pondok Pesantren Jabal Nur perlu menyusun konsep pemasaran dari Philip Kotler dan Gary Armstrong dengan menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang terdiri dari *Product, Price, Place* dan *Promotion*.⁴ Dengan menggunakan bauran pemasaran 4P dapat menyampaikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh suatu lembaga, yang dapat menjadi daya tarik setiap orang tua yang ingin memasukkan anaknya ke Pondok Pesantren Jabal Nur.

Pondok Pesantren Jabal Nur merupakan salah satu lembaga pengkajian agama islam yang ikut mencerdaskan bangsa dibawah naungan Yayasan Jabal Nur Taqwallah. Pondok Pesantren Jabal Nur berlokasi di Jl.Sultan Syarif Qasim, Simpang Belutu, Kec. Kandis, Kab. Siak, Provinsi Riau. Pondok Pesantren Jabal Nur tergolong pesantren yang masih muda didirikan pada 17 juli 2004 sekitar 19 tahun lamanya, namun banyak masyarakat yang tertarik untuk memasukkan anaknya ke pesantren jabal nur yakni atas dasar kepercayaan terhadap kualitas lembaga. Hal ini menjadikan Pondok Pesantren Jabal Nur senantiasa menjadi primadona dan kebanggaan tersendiri bagi

²Hanifah Mashuri, "Wawancara dengan ketua pengasuhan putri Pondok Pesantren Jabal Nur pada tanggal 5 Februari 2023".

³Assauri Sofian, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Rajawali Press, 2014) hlm. 197-199.

⁴Philip Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Prenhalindo, 2010) hlm.

masyarakat. Maka tidak heran nama Pondok Pesantren Jabal Nur cukup dikenal di Provinsi Riau khususnya di Kabupaten Siak.⁵ Serta perkembangan santri yang masuk pun bertambah dengan pesat. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Data Jumlah Santri Yang Masuk Dari Periode
Tahun 2017-2023⁶

No	Periode	Jumlah
1	Tahun ajaran 2017-2018	85
2	Tahun ajaran 2018-2019	89
3	Tahun ajaran 2019-2020	135
4	Tahun ajaran 2020-2021	142
5	Tahun ajaran 2021-2022	156
6	Tahun ajaran 2022-2023	160
7	Tahun ajaran 2023-2024	227

Sumber : Data Observasi Pondok Pesantren Jabal Nur

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa jumlah santri yang masuk ke Pondok Pesantren Jabal Nur mengalami peningkatan walaupun banyak sekolah-sekolah yang lebih bagus diluar sana, bahkan masyarakat diluar daerah pun tertarik untuk memasukkan anaknya ke Pesantren Jabal Nur. Dengan demikian Pondok Pesantren Jabal Nur tentunya sangat diperlukan untuk terus berupaya mampu mengikuti persaingan dengan pesantren-pesantren lainnya, baik yang sudah dapat nama di masyarakat maupun yang masih baru berkembang dikecamatan Kandis. Namun pada masa pandemi Covid-19 banyak santri Jabal Nur yang keluar, hal ini terjadi karena pada saat itu santri di pulangkan ke rumah masing-masing demi mencegah penularan virus Covid-19. Akibat terlalu lama di rumah yang membuat para santri betah di rumah dan tidak ingin kembali ke pesantren. Rata-rata santri yang berhenti dari kelas 3 MTS itu sekitar 50%. Para ustad dan ustadzah berupaya untuk meningkatkan kembali jumlah santri di Pondok Pesantren Jabal Nur dengan

⁵ <https://id.scribd.com/document/434925354/Profil-Pesantren-jabal-nur> (diakses pada tanggal 9 Januari 2023 pukul 15.00 WIB)

⁶ Data observasi pondok pesantren jabal nur, 30 Desember 2022

menggunakan berbagai strategi. Dengan demikian penulis tertarik melakukan penelitian di Pondok Pesantren Jabal Nur dengan judul “**Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur Dalam Merekrut Santri Baru Di Kecamatan Kangis Kabupaten Siak**”.

2. Penegasan Istilah

Agar tidak ada kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian, maka peneliti memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian ini, yaitu :

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*managemen communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara taktis harus dilakukan.⁷ Strategi komunikasi disini pondok pesantren menggunakan pemasaran untuk memperkenalkannya ke masyarakat, dan media komunikasi pemasaran yakni hal yang secara tradisional diistilahkan sebagai promosi dalam komponen bauran pemasaran (*marketing mix*).

2.2 Merekrut Santri Baru

Rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar sebagai calon tenaga kerja-kerja dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia.⁸ Proses ini dimulai ketika para pelamar dicari dan berakhir ketika lamaran-lamaran mereka diserahkan.

Sedangkan kata “santri” yang sering dimaknai sebagai sosok pribadi agamis yang kesehariannya mengenakan sarung, peci dan tinggal di pesantren, secara esensial memiliki kedekatan dengan kata “pesantren”, tempat para “santri” menimba ilmu agama islam.⁹

⁷Dian Utami Sutiksno, *Tourisme Marketing* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020) hlm.124.

⁸Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta : KENCANA, 2017) hlm. 45.

⁹Arifi Saiman, *Diplomasi Santri* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2022) hlm. 4.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, rekrutmen santri baru menurut penjelasan diatas adalah menarik anggota masyarakat ke dalam suatu organisasi pendidikan yaitu lembaga pondok pesantren yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depan dan tinggal di asrama sampai selesai dalam menuntut ilmu. Dan rekrutmen santri menjadi salah satu kegiatan yang sangat penting dalam suatu lembaga pondok pesantren, sebab sebagai awal dari kegiatan yang dilakukan untuk mengisi santri yang kosong.

2.3 Pondok Pesantren Jabal Nur

Menurut M Adib Abdurrahman istilah pesantren secara etimologis berasal dari kata santri yang diawali imbuhan pe- dan diakhiri dengan kata – an, yang berarti tempat santri.¹⁰ Karena itulah ketika orang menyebut kata pesantren yang terbayang adalah tempat dimana para santri belajar dan menuntut ilmu-ilmu keagamaan islam.

Pondok Pesantren Jabal Nur adalah salah satu lembaga yang berdiri dibawah naungan Yayasan Jabal Nur Taqwallah. Pondok Pesantren Jabal Nur berlokasi di Jl.Sultan Syarif Qasim, Simpang Belutu, Kec. Kandis, Kab. Siak, Provinsi Riau. Pesantren tersebut juga terletak sangat strategis, terletak di antara perumahan dan jalan besar, dekat dengan tempat perbelanjaan dan mudah terjangkau oleh transportasi.

Berdasarkan penegasan istilah diatas maka yang dimaksud dalam judul peneliti adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru untuk mengajak, atau mempengaruhi masyarakat sehingga percaya dan yakin untuk mendaftarkan dan memasukkan anaknya di Pondok Pesantren Jabal Nur.

Hasbullah, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada) hlm. 24.



1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, penulis merumuskan “Bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak”.

4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Jabal Nur Kecamatan Kandis Kabupaten Siak dalam merekrut santri baru”.

5 Manfaat Penelitian

5.1 Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemikiran ilmiah terhadap pengembangan ilmu komunikasi dalam studi Ilmu Komunikasi, serta menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam teoritis penelitian ini.

5.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan strategi komunikasi dalam merekrut santri baru di Pondok Pesantren Jabal Nur Kecamatan Kandis Kabupaten Siak dengan lebih baik lagi.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambaran yang lebih jelas dalam penulisan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan Kajian Terdahulu, Kajian Teori dan Kerangka Pikir



BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan Jenis dan Pendekatan Penelitian, Waktu Penelitian, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan penjelasan gambaran umum mengenai subjek penelitian yaitu Pondok Pesantren Jabal Nur.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan hasil penelitian dan pembahasan serta temuan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu penelitian yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya, atau sebagai tolak ukur dan acuan untuk masa yang akan datang, selain itu juga sebagai bahan pembanding.

1. Penelitian menurut Muhammad Vriyatna dengan judul “Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru di Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah Surabaya”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dan menggunakan wawancara mendalam kepada Ketua Penerimaan Siswa Baru dan tim promosi yang di pimpinnya. Tujuan dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui tentang Komunikasi Pemasaran dalam Penerimaan Siswa Baru yang dilakukan oleh Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan siswa baru yang mendaftar 60% dari promosi internal dan 40% dari promosi eksternal. Promosi internal yaitu dengan menggunakan *word of mouth* komite sekolah, orang tua siswa itu sendiri, dan menggunakan bantuan dari wali kelas dengan program forum kelas. Sedangkan external yaitu dengan penyebaran brosur, spanduk, baliho, iklan di koran, majalah SAHID, buletin BMH, buletin Luqman Hakim, Kalender, dan media sosial lainnya.¹¹ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi sekolah untuk merekrut peserta didik baru, bedanya di penelitian ini membahas mengenai penerapan komunikasi pemasaran dari segi *advertising* dan *word of mouth*. Sedangkan penelitian penulis ialah lebih membahas strategi komunikasi pemasarannya Pondok Pesantren Labal Nur Kec. Kandis Kab. Siak dalam merekrut santri baru dengan teori

¹¹ Muhammad Vriyatna, “Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah Surabaya,” *Jurnal Mumtaz* 1, no. 1 (2021): 7–17.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kotler dan Amstrong 4P dari Marketing Mix yaitu *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place*.

Penelitian menurut Kurniawaty Yusuf dan Lina Anggraeni, dengan judul “Strategi Komunikasi Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Paramadina Tahun Ajaran 2021”. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik wawancara kepada 488 calon mahasiswa baru tahun ajaran 2021. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Tim Humas dan Pemasaran dalam meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru tahun ajaran 2021. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan Tim Humas dan Pemasaran Universitas Paramadina, setiap langkah diperlukan perbaikan dengan bantuan pihak program studi yang ada di Universitas Paramadina. Sehingga dengan adanya perbaikan dan pengubahan strategi komunikasi akan mampu meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sesuai target yang ditetapkan.¹² Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi apa yang digunakan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru, bedanya adalah penelitian ini tidak membahas ke pemasarannya. Sedangkan penelitian penulis memfokuskan strategi komunikasi dalam pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru.

3. Penelitian menurut Rudi Trianto, dengan judul “Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Islam di Surabaya (Study Kasus di Sekolah Dasar Integral Luqman Al-Hakim (SDILH) Surabaya)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mendeskripsikan temuan dari hasil pengamatan dan keterlibatan langsung peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah perencanaan yang dilakukan oleh SDILH dalam meng-komunikasikan dan memasarkan produk sekolah kepada khalayak umum. Hasil dari penelitian ini adalah

Kurniawaty Yusuf and Lina Anggraeni, “Strategi Komunikasi Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Paramadina Tahun Ajaran 2021,” n.d.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perencanaan strategi komunikasi pemasaran Sekolah Dasar Integral Luqman Al-Hakim Surabaya menggunakan 4 fase, yaitu: 1) *formative research phase* (fase riset formatif riset strategis), 2) *strategy phase* (fase strategi), 3) *tactic phase* (fase taktik), dan 4) *evaluative research phase* (fase riset evaluasi). Dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi komunikasi SDILH dimulai dengan riset dan diakhiri dengan riset pula.¹³

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi komunikasi pemasaran dan menggunakan metode deskriptif kualitatif, bedanya di penelitian ini mengenai perencanaan strategi pemasaran sekolah islam di Surabaya dengan studi kasus di SDILH Surabaya, sedangkan penelitian penulis ialah strategi komunikasi pemasarannya Pondok Pesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak dalam merekrut santri baru.

4. Penelitian menurut Idhan Khalik dan Hamdan Daulay, dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Merekrut Peserta Didik Baru di SMP Islam Al Abidin Surakarta”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan observasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan SMP Islam Al Abidin Surakarta dalam merekrut peserta didik baru. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan SMP Islam Al Abidin Surakarta diwujudkan dalam tiga tahapan strategi yaitu perumusan strategi, yang kedua adalah implementasi strategi dan tahap akhir dari strategi adalah evaluasi strategi.¹⁴ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi untuk mendapatkan peserta didik baru, bedanya adalah penelitian ini tidak membahas ke pemasarannya. Sedangkan penelitian

¹³ Rudi Trianto, “Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Islam Di Surabaya *An-Nida’: Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013): 58–75.

¹⁴ Idhan Khalik and Hamdan Daulay, “Strategi Komunikasi Dalam Merekrut Peserta Didik Baru Di SMP Islam Al Abidin Surakarta,” *AS-SABIQUN* 4, no. 5 (2022): 1316–30.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penulis memfokuskan ke strategi komunikasi pemasarannya Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru.

Penelitian menurut Kasirul Fadli, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017-2018”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Metode ini digunakan untuk mengelaborasi dan menguraikan hasil wawancara secara mendalam dari informan yang telah ditetapkan. Dalam menentukan sample/informan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik sample sederhana (*simple random sampling*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan mahasiswa baru di Universitas Karimun. Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan Universitas Karimun dalam hal menarik minat mahasiswa baru hampir mencapai target, terlihat dari antusias calon mahasiswa baru yang mendaftar juga tidak dapat ditafsirkan dari hasil kerjasama dengan universitas karimun yang mana pemerintah kabupaten karimun dalam kegiatan sosialisasi universitas karimun itu sendiri.¹⁵

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai pemasaran untuk mendapatkan peserta didik baru, sedangkan penelitian penulis memfokuskan ke strategi komunikasi pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak dalam merekrut santri baru.

6. Penelitian menurut Rismiatun, dengan judul “Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru 2019”. Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivisme*. Paradigma ini untuk mendapatkan data yang mendalam, data yang mengandung makna. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan kualitatif mendekati. Tujuan

¹⁵ Kasirul Fadhli Kasirul, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017-2018,” *Jurnal Purnama Berazam* 1, no. 1 (2019): 1–14.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang efektivitas implementasi strategi komunikasi pemasaran Universitas Budi Luhur di penerimaan mahasiswa baru 2019. Hasil dari penelitian ini adalah salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang berpengaruh terhadap hasil yang dicapai Universitas Budi Luhur adalah adanya *call center* dan *e-marketing*.¹⁶ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai pemasaran untuk mendapatkan peserta didik baru, bedanya penelitian ini mendeskripsikan tentang efektivitas implementasi strategi komunikasi pemasaran Universitas Budi Luhur di penerimaan mahasiswa baru 2019. Sedangkan penelitian penulis memfokuskan ke strategi komunikasi pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak dalam merekrut santri baru.

7. Penelitian menurut Riswanto, dengan judul “Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru”. Penelitian studi kasus ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dalam menentukan informan penelitian, informan atau sumber informasi yang ditentukan adalah mereka yang terkait dan dipandang sangat mengetahui informasi tentang strategi komunikasi pemasaran di Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penerapan strategi komunikasi pemasaran program studi komunikasi penyiaran islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam menarik minat calon mahasiswa baru. Hasil dari penelitian ini adalah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang paling efektif yaitu melalui strategi periklanan dengan menggunakan berbagai media seperti : brosur, pamflet, poster, baliho, radio jazirah UMB, promosi penjualan (*sales promotion*), *personal selling*, strategi mulut ke mulut

¹⁶ Rismiatun Rismiatun, “Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru 2019,” *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2020): 17–22.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*word of mouth*). Strategi pemasaran lainnya seperti promosi penjualan (*sales promotion*), *public relation*, *direct marketing* dikembalikan kepada pihak universitas dalam pelaksanaannya.¹⁷ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran untuk mendapatkan peserta didik baru, bedanya penelitian ini Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru. Sedangkan penelitian penulis memfokuskan ke strategi komunikasi pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak dalam merekrut santri baru dengan teori Kotler dan Amstrong 4P dari *Marketing Mix* yaitu *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place*.

8. Penelitian menurut Nur Wahid Sugiyanto dan Sedyo Santoso, dengan judul “Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan di MA Al-Ma’had An-Nur, serta mengetahui faktor pendukung, penghambat serta solusi yang ditawarkan peneliti yang berkaitan dengan terselenggaranya pemasaran jasa pendidikan di MA Al-Ma’had An-Nur. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan teknik wawancara, observasi, dan triangulasi. Analisa data menggunakan Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini adalah : (1) Strategi Pemasaran jasa pendidikan di MA Al-Ma’had An-Nur dilaksanakan melalui penerapan *Marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses). (2) Penerapan jasa pendidikan di MA Al-Ma’had An-Nur meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. (3) Faktor pendukung adalah sekolah yang terintegrasi antara kurikulum sekolah dan Kepsantrenan. Faktor penghambat, sistem sekolah yang terintegrasi antara kurikulum sekolah dan pesantren belum berjalan secara total, disebabkan standar penerimaan peserta didik baru terlalu tinggi. Solusi yang

¹⁷ Riswanto Riswanto, “Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru,” *J-SIKOM* 1, no. 2 (2020).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditawarkan peneliti adanya kelas pra MA yang diperuntukkan bagi peserta didik yang lulus seleksi, namun tidak atau kurang masuk kualifikasi standar penerimaan peserta didik baru.¹⁸ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu persamaannya sama-sama membahas tentang pemasaran sekolah, bedanya penelitian ini hanya menjelaskan strategi pemasaran berbasis pesantren. Sedangkan penelitian penulis membahas strategi komunikasi dalam pemasaran pondok pesantren jabal nur dalam merekrut santri baru.

9. Penelitian menurut Anisya Hafila Hartono dan Akhyar Anshori, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran SMA Harapan 3 Medan dalam Mendapatkan Siswa Baru Dimasa Pandemi Covid 19”. Teori yang digunakan peneliti yaitu teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis data purposive sampling (*sampling purposive*) yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran SMA Harapan 3 Medan dalam Mendapatkan Siswa Baru Dimasa Pandemi Covid 19. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi pemasaran SMA Harapan 3 Medan dalam mendapatkan siswa baru dimasa pandemi yaitu melakukan penerimaan siswa didik baru secara online dengan memanfaatkan media sosial yang ada.¹⁹ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas strategi komunikasi pemasaran sekolah, bedanya dengan penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran di masa covid-19 dengan menggunakan teori AIDA (*Attantion, Interest, Desire, Action*). Sedangkan penelitian penulis membahas tentang strategi komunikasi pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru dengan menggunakan

¹⁸ Nur Wahid Sugiyanto and Sedyta Santosa, “Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren AN NUR: Jurnal Studi Islam 13, no. 1 (2021): 90–115.

¹⁹ Anisya Hafila Hartono and Akhyar Anshori, “Strategi Komunikasi Pemasaran SMA Harapan 3 Medan Dalam Mendapatkan Siswa Baru Dimasa Pandemi Covid 19” (UMSU, 2021).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teori bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

10. Penelitian menurut Heraman dan Wulan Muhariani, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Masa Pandemi COVID-19”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran perguruan tinggi swasta di masa pandemi covid-19 dalam menarik minat calon mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif yakni peneliti terjun ke lapangan untuk menemukan gambaran secara menyeluruh. Hasil dari penelitian ini adalah melalui studi kasus dengan wawancara dan literature menjawab pertanyaan strategi perguruan tinggi mencari mahasiswa di masa pandemi, dengan mengurai komunikasi pemasaran, strategi produk, strategi harga, merek barang yang diurai dengan teori terkait terjawab penurunan terjadi disebabkan penyebaran covid 19, pengurangan tenaga kerja diberbagai bidang, serta beralihnya metode pembelajaran dari luring ke daring menjadi gagapnya masyarakat beradaptasi sehingga memilih menunda kuliah. Strategi *awareness, inquire, visit & info session, apply, dan admit* serta penjabarannya menjadi alternatif menjaring mahasiswa-mahasiswi baru, sehingga dampak covid 19 di dunia pendidikan dapat di minimalisir.²⁰ Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu persamaannya sama-sama membahas tentang komunikasi pemasaran sekolah, bedanya penelitian ini hanya membahas strategi komunikasi pemasaran di perguruan tinggi di masa covid 19 untuk menarik minat calon mahasiswanya. Sedangkan penelitian penulis membahas strategi komunikasi pemasaran pondok pesantren jabal nur dalam merekrut santri baru.

²⁰ Wulan Muhariani, “Strategi Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Masa Pandemi COVID-19,” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 55–65.



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi

Kata strategi berasal dari kata kerja bahasa Yunani “*statego*” yang berarti merencanakan permusuhan musuh menggunakan sumber-sumber yang efektif. Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas diambil oleh organisasi, yakni pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. Strategi adalah keputusan yang akan berakibat pada detail-detail taktik yang akan dilancarkan. Singkatnya, strategi ada sebelum taktik atau pengendalian taktik. Bahkan dengan ekstrem ada yang menyebutkan bahwa strategi adalah permainan rencana dua arah atau bagaimana mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh.²¹

Strategi pada hakekatnya ialah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja. Melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.²² Strategi diperlukan agar perencanaan dapat dilaksanakan secara praktis dan spesifik mungkin, maka didalamnya harus tercakup pertimbangan dan penyesuaian terhadap reaksi dua orang dan pihak yang dipengaruhi kegiatan marketing tersebut. Dalam hal yang demikian diperlukan suatu strategi yang dapat membantu perencanaan yang telah dibuat.²³

Ada strategi yang digunakan dalam perencanaan. Menurut George R. Terry macam-macam strategi yang banyak dipakai dalam pekerjaan perencanaan di antaranya ialah:²⁴

1. Tindakan untuk mengalihkan perhatian (*Confuse the Issue*), dalam hal ini sengaja diusahakan untuk mengalihkan perhatian kelompok dengan jalan

²¹ David W Gravens, *Pemasaran Strategis* (Jakarta : Erlangga, 1996) hlm. 198.

²² Onong Uchayana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1998) hlm. 32.

²³ Oka A Yoeti, *Pemasaran Pariwisata* (Bandung : Angkasa Bandung, 1996) hlm. 164-165.

²⁴ *Ibid*, hlm. 167.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengemukakan pertanyaan-pertanyaan atau menekankan *approach* yang akan dikemukakan. Metode ini dapat digunakan bilamana dianggap bahwa perlu hati-hati mengemukakan pokok persoalan yang bersangkutan. Taktik dan tekanan kuat perlu “disimpan” untuk kemudian baru di pergunakan dalam keadaan yang sangat mendesak.

Strategi dimana di usahakan mengumpulkan pendapat-pendapat orang lain (*Two Heads are better than one*).

Usahakan supaya dicapai tujuan bila waktu sedang menguntungkan (*strike while the iron is hot*). Pada strategi ini, maka keadaan yang menguntungkan dipergunakan sebaik mungkin.

Dari defenisi di atas menunjukkan bahwa strategi yang dimaksud adalah menjelaskan tentang apa yang harus dicapai, bagaimana sumber daya dan kegiatan apa yang akan dilokasikan untuk setiap produk pasar dalam peluang dan tantangan lingkungan, dipilih dan disesuaikan dengan tujuan organisasi. Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tingkat lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

2.2 Komunikasi Pemasaran

1. Pengertian Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Dalam dekade terakhir ini, komponen komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran menjadi semakin penting. Bahkan telah diklaim bahwa “pemasaran di era 1990-an adalah komunikasi dan komunikasi adalah pemasaran, keduanya tak terpisahkan”.²⁵

Dalam setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Dengan komunikasi, kegiatan pemasaran akan berlangsung dengan sedemikian rupa dan dapat mencapai

²⁵ Terence A. Shimp, *Advertising Promotion and Supplemental Aspek of Integgrated Marketing Communication*, Penerjemah Refyani Sahrial, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta : Erlangga, 2003) hlm. 4.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

segala sesuatu yang diinginkan, salah satunya adalah proses pembelian. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Komunikasi pemasaran secara berhati-hati dan penuh perhitungan dalam menyusun rencana komunikasi perusahaan. Penentuan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi akan sangat menentukan keberhasilan komunikasi, dengan penentuan sasaran yang tepat, proses komunikasi akan berjalan efektif dan efisien.

Komunikasi pemasaran memiliki faktor sebagai dasar konsep pemasaran, yaitu :

- 1) Orientasi konsumen, yaitu perusahaan memperhatikan konsumen agar dapat memenuhi apa saja kebutuhan pokok dari pembeli.
- 2) Koordinasi, setiap orang yang berkaitan dengan perusahaan ikut serta dalam memenuhi kepuasan konsumen.
- 3) Mendapatkan laba, apabila konsumen puas, maka konsumen akan melakukan transaksi ulang, sehingga hal ini menjadi pemicu agar perusahaan memberikan yang terbaik kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Basu Swastha dalam bukunya yang berjudul Azas-azas Marketing bahwa Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas komunikasi manusia yang dilakukan oleh penjual dan pembeli serta aktivitas yang bertujuan untuk mempermudah dalam mengambil keputusan dalam segi pemasaran.²⁶

2. Tujuan Komunikasi Pemasaran

Secara garis besar, komunikasi pemasaran memiliki tiga tujuan utama yaitu :²⁷

1) *Informing* (memberikan informasi)

Basu Swastha, *Asas-Asas Marketing, Edisi Ketiga* (Yogyakarta : Liberty, 2000) hlm. 49
Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : ANDI, 1997) hlm. 6

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merk, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merk yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merk yang telah ada.

Persuading (membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merk perusahaan yang spesifik.

3) *Reminding* (mengingat)

Iklan menjaga agar merk perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merk pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merk dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merk yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

3. Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran

Adapun jenis-jenis model komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk yang dipasarkan. Menurut Kennedy dan Soemanagara ada lima model komunikasi dalam pemasaran, yaitu :²⁸

Iklan (*advertising*)

²⁸ Kennedy, Soemanagara, *Marketing Communication Taktik dan Strategi* (Jakarta : PT Buana Pustaka, 2006) hlm. 43.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan adalah komunikasi massa melalui media surat kabar, majalah, televisi, dan media lain atau komunikasi langsung yang didesain khusus pelanggan antar bisnis.

Penjualan tatap muka (*personal selling*)

Penjualan tatap muka yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya. Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon membeli untuk produk yang ditawarkan.

3) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat.

4) Hubungan masyarakat (*public relation*)

Yang dimaksud dengan hubungan masyarakat adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

5) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan dan transaksi penjualan.

2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi pemasaran merupakan suatu perpaduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang sifatnya dalam jangka waktu yang panjang.²⁹ Bagi pemasar komunikasi pemasaran ini sangat di pegang

²⁹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1999) hlm.35.

penting dikarenakan tanpa adanya komunikasi antara konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan maka mereka tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Menentukan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi sangat menentukan akan keberhasilannya suatu komunikasi tersebut.

Strategi komunikasi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu 4P dari *Marketing Mix* yaitu (*Product, Price, Promotion, Place*) yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak perusahaan. Jadi penyusunan strategi pemasaran menyangkut proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam lembaga dan keadaan di luar lembaga.

2. Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran

Sebelum perusahaan atau lembaga melakukan serangkaian promosi, ada tiga tahap strategi komunikasi pemasaran yang perlu dijalankan oleh perusahaan atau lembaga tersebut, yaitu menentukan tujuan pemasaran, menentukan segmentasi dan targetting, serta menentukan diferensi dan positioning. Secara lebih rinci akan dijelaskan sebagai berikut :

Tujuan Komunikasi Pemasaran

Tahapan strategi pemasaran yang pertama yaitu menentukan tujuan yang meliputi meningkatkan penjualan, menyebarkan informasi kepada khalayak atau target market dari perusahaan sehingga terciptanya komunikasi informatif dan berupaya mempengaruhi serta untuk menarik konsumen atau terciptanya komunikasi persuasif dan memperluas distribusi.

Segmentasi dan Targetting

Segmentasi adalah menetapkan atau menentukan kelompok yang sesuai keinginan pasar. Segmentasi dilakukan dengan membagi kelompok berdasarkan aspek demografis, geografis, psikografis,





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perilaku dan manfaat.³⁰ Sedangkan targetting adalah memilih satu atau beberapa segmen konsumen yang akan menjadi fokus kegiatan pemasaran dan promosi.

Diferensi dan Positioning

Diferensi merupakan cara terwujudnya strategi pemasaran dari perusahaan yang membedakan dengan pesaing. Diferensi termasuk proses memberikan perbedaan yang bernilai penting, sehingga memiliki ciri khas. Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merk, atau perusahaan didalam otaknya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu.³¹ Strategi positioning merupakan strategi yang unik dalam benak konsumen sasaran, sehingga terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau produk lain.³²

3. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran

Terdapat tujuan komunikasi pemasaran yaitu meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Dalam meningkatkan penjualan produk atau jasa untuk jangka panjang memiliki kaitan dengan faktor-faktor pemasaran yang mendasar, yaitu:³³

Produk

Produk merupakan gabungan barang dan jasa yang akan ditawarkan perusahaan kepada pasar untuk ditargetkan agar memengaruhi pemasaran. Konsumen memandang bahwa atribut dari produk adalah unsur yang penting, atribut produk yaitu merek yang memberikan perbedaan dengan produk lainnya, sehingga terjadi diferensiasi. Lalu ada labeling yang merupakan bagian dari kemasan

M. A. Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010) hlm. 59.

Hermawan Kartajaya, "*Marketing, Diferensi, Positioning*" (Jakarta : PT Gramedia Utama, 2008) hlm. 57.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama* (Yogyakarta : ANDI, 2001) hlm. 109.

Julian Cummins, *Promosi Penjualan: Bagaimana menciptakan dan menerapkan program yang benar-benar berhasil* (Jakarta : Karisma Publishing, 2010) hlm. 52.

yang dicantumkan pada produk dan terdapat jaminan produk kepada konsumen, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai promosi.

Harga jual

Harga jual menentukan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan agar mampu menjangkau konsumen.

Mutu

Mutu dari barang atau jasa akan menentukan dalam peningkatan penjualan. Mutu yang baik menimbulkan loyalitas terhadap konsumen, sementara jika mutu dalam barang atau jasa tidak baik maka akan menurunkan loyalitas dan lebih memilih dari produk lain.

2.2.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 4P

Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Jabal Nur menggunakan alat yang disebut bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran adalah rangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarannya.³⁴ Kotler dan Keller menjelaskan bahwa pemasaran ialah dimana dalam mencapai tujuan pemasaran, lembaga pendidikan menggunakan sekumpulan alat pemasaran yang demi mencapai pasar sasaran. Sedangkan Buchari Alma menjelaskan bahwa tahap dalam gabungan aktivitas-aktivitas pemasaran sehingga menuju kesuksesan dalam pemasaran dengan maksimal merupakan bauran pemasaran. Kelanjutannya pernyataan Kotler dan Armstrong bahwasannya bauran pemasaran ialah kombinasi alat pemasar yang digunakan dengan produk barang atau jasa, harga, tempat dan penawaran yang digunakan lembaga pendidikan untuk mendapatkan *feedback* yang diinginkannya dari peserta didik.

Dengan menggunakan strategi *marketing mix* maka kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi atau lembaga dapat dicapai dengan sukses. Kotler dan Armstrong menyatakan empat komponen dalam bauran pemasaran yaitu :

³⁴ Philip Kotler, *Marketing jilid 1* (Jakarta : Erlangga, 1984) hlm. 41.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Product* (produk)

Produk merupakan hal mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi masyarakat. Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas. Sebab, konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu, apalagi harganya mahal.

Misal, disamping produk bidang akademik, produsen harus bisa membuat produk layanan pendidikan lebih bervariasi seperti kegiatan olahraga, kesenian, dan keagamaan untuk menambah kualitas pendidikan. Suatu komoditi yang hendak di produksi haruslah mempertimbangkan alasan sosial kemanusiaan, yakni selain dibutuhkan oleh masyarakat juga manfaat positifnya yang akan di dapat produksinya suatu komoditas tersebut. Dalam lingkungan pendidikan produksi jasa yang dapat ditawarkan adalah jasa layanan akademik seperti kurikulum atau ekstra kurikulum. Selain itu, penawaran melalui prestasi yang telah diraih juga merupakan faktor pendukung dalam meraih persaingan antar sekolah.

2. *Price* (harga)

Harga ialah sejumlah nilai yang di tukarkan konsumen dengan uang mempunyai atau memakai produk yang nilainya di putuskan oleh penjual untuk satu ongkos yang sama terhadap seluruh konsumen. Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Biaya pada dunia pendidikan yang dikeluarkan oleh peserta didik untuk mendapatkan jasa yang telah ditawarkan oleh lembaga pendidikan tersebut seperti SPP, biaya pembangunan dan pemberian beasiswa. Harga akan sejalan dengan mutu dan jasa pendidikan, biasanya harga jasa yang ditawarkan pun akan semakin tinggi jika lembaga tersebut bermutu.

Adapun strategi mengembangkan bisnis dalam komponen harga yaitu :



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Daftar harga (*List Price*) merupakan pertimbangan konsumen dalam harga yang ditawarkan oleh pihak sekolah.

Potongan harga khusus (*Allowance*) ialah dimana konsumen dapat potongan harga dari pihak sekolah dalam acara atau event tertentu.

Diskon (*Discount*) merupakan potongan harga yang konsumen dapatkan dari pihak sekolah.

Periode pembayaran (*Payment Periode*) adalah transaksi pembayaran yang dilakukan konsumen kepada pihak sekolah dalam hal kemudahan pembayaran pada jangka waktu yang didiskusikan.

Syarat kredit atau angsuran (*Credit Term*), berbeda dengan payment periode dikarenakan system ini terdapatnya apabila konsumen melakukan kredit atau angsuran dengan pihak sekolah.

3. *Place* (tempat/distribusi)

Penentuan lokasi cukup berperan sebagai pertimbangan bagi calon siswa. Seperti lokasi yang strategis dan dapat dijangkau oleh kendaraan umum akan menjadi daya tarik bagi santri. Demikian pula para siswa menyatakan bahwa lokasi turut menentukan pilihan mereka. Mereka menyenangi lokasi di kota dan yang mudah dicapai kendaraan umum, atau ada fasilitas alat transportasi dari lembaga atau bus umum yang disediakan oleh pemerintah daerah.

Menurut Hurriyati hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan tempat adalah dengan memerhatikan faktor berikut :³⁵

- a) Akses, seperti lokasi yang mudah di akses oleh transportasi umum
- b) Visibilitas, misalnya lokasi yang mudah dilihat dari tepi jalan.

Oleh karena itu, keadaan lokasi strategis yang mudah dijangkau dari segala arah dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, juga kemudahan akses menuju sekolah merupakan faktor pendukung kenyamanan siswa, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah.

Adapun strategi mengembangkan bisnis dalam komponen distribusi yaitu :

Ratih Hurriyati, *Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (Bandung : Alfabeta, 2005) hlm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Alat (*Channels*) merupakan strategi pihak sekolah atau lembaga agar sekolah mereka mudah di kenal konsumen.
- Cakupan (*Coverage*) merupakan luasnya cakupan sekolah.
- Lokasi (*Location*) secara internal dimana letak sekolah tersebut.

4. *Promotion* (promosi)

Pemasaran tidak melulu membicarakan produk, harga produk dan menyalurkan produk tetapi pun mengkomunikasikan produk ini untuk masyarakat supaya produk tersebut dikenal dan kemudian di beli. Untuk mengenalkan produk kepada masyarakat suatu lembaga pendidikan dapat melakukan promosi. Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan menarik minat konsumen. Promosi biasanya bersifat persuasif dengan membujuk calon konsumen dengan menunjukkan kelebihan dari produk yang ditawarkan. Dengan strategi promosi yang baik maka informasi tentang produk akan lebih mudah sampai kepada konsumen.

Dari keempat strategi *marketing mix* 4p diatas, maka saling mempengaruhi semuanya dalam satu kesatuan strategi yakni strategi acuan atau bauran. Strategi *marketing mix* dengan strategi pemasaran memiliki fungsi sebagai pedoman dalam menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan Pondok Pesantren Jabal Nur guna mencapai tujuan pesantren untuk meningkatkan jumlah santri setiap tahunnya.

2.2.5 Pondok Pesantren dan Santri

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang memiliki lima elemen pokok, yaitu pondok/asrama sebagai tempat tinggal santri, mesjid sebagai tempat belajar, praktek ibadah keagamaan, pengajaran kitab-kitab klasik, santri sebagai siswa dan kiyai sebagai pemimpin pondok pesantren.³⁶ Pengertian pondok pesantren terdapat berbagai variasi, antara lain secara etimologis pondok pesantren adalah gabungan

³⁶ Babun Suhartono, *Dari Pesantren untuk Umat : Reiventing Eksistensi Pesantren di Era Globalisasi* (Surabaya, Imtyaz, 2011) hlm. 9.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kata dari pondok dan pesantren. Pondok berasal dari bahasa arab yakni *funduk* yang berarti hotel, sedangkan kata pesantren di Indonesia lebih disamakan dengan lingkungan padepokan yang di petak-petak dalam bentuk kamar sebagai asrama bagi para santri.

Sedangkan pondok pesantren adalah suatu yang tersedia untuk para santri dalam menerima pelajaran-pelajaran agama islam sekaligus tempat berkumpul dan tempat tinggal.³⁷ Kesimpulan dari pengertian pondok pesantren adalah suatu lembaga dakwah agama islam yang didalamnya terdapat interaksi antara santri dan kiai, yang mempunyai tempat (asrama) santri atau tempat murid santri mengaji sekaligus tempat berkumpul. Semakin berkembangnya zaman serta teknologi bahkan semakin berkembang pesatnya sebuah lembaga pondok pesantren, saat ini bangunan-bangunan pondok pesantren semakin modern. Bahkan saat ini jarang sekali pondok pesantren yang terbuat dari bambu ataupun kayu, tetapi banyak sekali saat ini pondok pesantren yang terbuat dari bangunan semen.³⁸

2. Tujuan Pondok Pesantren

Adapun tujuan didirikan pondok pesantren ada dua, yakni :³⁹

Tujuan khusus, yaitu mempersiapkan para santri untuk menjadi orang alim ilmu agama yang diajarkan oleh kiyai yang bersangkutan serta mengamalkannya dalam masyarakat.

Tujuan umum, yakni membimbing santri agar menjadi manusia yang berkepribadian islam yang sanggup dengan ilmu agamanya menjadi mubaligh islam dalam masyarakat sekitar dan memulai ilmu dan amalnya.

(Jakarta : Erlangga, 2001) hlm. 2.
 Babun Suhartono, *Op.Cit*, hlm. 8.
 Mujamil Qomar, *Op.Cit*, hlm. 3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tujuan khusus dan tujuan umum diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa mempersiapkan para santri untuk menjadi orang yang pandai dalam ilmu agama agar dapat berguna di kalangan masyarakat bahkan bangsa dan negaranya.

Lembaga pondok pesantren memiliki fungsi sebagai lembaga sosial dan penyiaran agama islam. Selain itu juga memiliki fungsi sebagai transmisi dan transfer ilmu-ilmu islam, pemeliharaan tradisi islam dan untuk reproduksi ulama.

3. Pengertian Santri

Kata santri itu berasal dari bahasa jawa, dari kata “*cantrik*” yang berarti seseorang yang selalu mengikuti guru kemana guru pergi menetap.⁴⁰ Santri secara umum adalah sebutan bagi seseorang yang mengikuti pengajaran agama islam di pesantren, biasanya menetap ditempat tersebut hingga pendidikannya selesai. Tanpa keberadaan santri yang mau menetap dan mengikuti sang guru, tidak mungkin dibangun pondok atau asrama tempat santri tinggal dan kemudian disebut Pondok Pesantren.⁴¹

2.6 Rekrutmen Peserta Didik Baru

1. Pengertian Rekrutmen

Rekrutment merupakan suatu kegiatan untuk mencari sebanyak-banyaknya calon tenaga kerja sesuai lowongan yang tersedia sumber-sumber yang dimana terdapatnya calon pekerja tersebut diperoleh dari departement tenaga kerja dan lembaga pendidikan, biro konsultan media massa dan tenaga kerja organisasi sendiri.⁴²

Abdul Qodir Jailani, *Peran Ulama dan Santri* (Surabaya : Bina Ilmu, 1994) hlm. 7-8.

Ibid, hlm. 9.

Tengku Ariefanda Aziz, M Syamsul Maarif, and Anggraini Sukmawati, “Pengaruh Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja,” *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)* 3, no. 2 (2017): 246.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekrutmen adalah merupakan proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk menjadi peserta didik di suatu lembaga. Rekrutmen peserta didik merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh suatu lembaga untuk menghimpun, menyeleksi dan menempatkan calon peserta didik menjadi peserta didik dengan keahlian tertentu. Kegiatan rekrutmen peserta didik baru merupakan salah satu program kegiatan sekolah dan termasuk dalam perencanaan peserta didik dalam lingkup manajemen peserta didik.⁴³

Kebijakan rekrutmen peserta didik terdapat pada PP RI No 17 tahun 2010 tentang pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan BAB III pasal 82 ayat 1 dan 2 yakni yang berbunyi : Ayat (1) “penerimaan peserta didik pada satuan pendidikan menengah dilakukan secara objektif, transparan dan akuntable”. Ayat (2) “penerimaan peserta didik pada satuan pendidikan menengah dilakukan tanpa diskriminasi kecuali bagi satuan pendidikan yang secara khusus dirancang untuk melayani peserta didik dari kelompok gender atau agama tertentu”.⁴⁴

Proses rekrutmen dilakukan dengan melibatkan unsur panitia yang dipilih dan ditetapkan oleh kepala sekolah terdiri dari pendidik dan tenaga kependidikan. Maka susunan panitia yang dipilih oleh sekolah mencerminkan nilai-nilai karakter, misalkan panitia harus memiliki sikap jujur, bertanggung jawab dan bekerja keras. Kaitannya dengan sikap jujur ini untuk menghindari terjadinya proses yang tidak fair dalam melakukan proses seleksi peserta didik. Begitu juga dengan sikap bertanggung jawab, bahwa pekerjaan yang diemban kepada segenap panitia tersebut merupakan amanah yang harus dijalankan sesuai dengan aturan yang ada dan dapat di pertanggung jawabkan secara administrasi. Sementara berkaitan dengan karakter kerja keras diharapkan panitia

Marini Ilyas, Muhammad Farid, and Muhammad Akbar, “Efektifitas Penyebaran Informasi Rekrutmen Peserta Didik Pelatihan Berbasis Kompetensi Pada Balai Latihan Kerja Kab. Majene,” *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2017, 162–73.

Desi Risdianti, “Manajemen Rekrutmen Peserta Didik,” *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 2, no. 2 (2017).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut dapat bekerja secara maksimal sehingga proses rekrutmen dilaksanakan secara efektif dan efisien.⁴⁵

Jadi, berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa rekrutmen merupakan proses pencarian tenaga baru atau sumber daya manusia untuk menggantikan sumber daya manusia yang lama.

2. Tujuan Rekrutmen Peserta Didik Baru

Proses rekrutmen selalu dikaitkan dengan program yang sudah dirancang oleh pihak perancang. Dalam hal ini keselarasan antara pihak yang melakukan rekrutmen dengan kebutuhan tenaga kerja sangat berperan penting. Misalnya dari segi waktu yang dibutuhkan, jumlah yang dibutuhkan dan kualifikasi yang telah dipersyaratkan.⁴⁶

Dalam prakteknya pelaksanaan proses rekrutmen memiliki beberapa tujuan yaitu :

- a. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan psikomotor peserta didik
- b. Menyalurkan dan mengembangkan kemampuan umum (kecerdasan), bakat dan minat peserta didik
- c. Menyalurkan aspirasi, harapan dan memenuhi kebutuhan peserta didik

Dengan terpenuhinya hal tersebut diharapkan peserta didik dapat mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang lebih lanjut dapat belajar dengan baik dan tercapai cita-cita mereka.

3. Perencanaan Rekrutmen

Strategi pemasaran yang baik diawali dengan perencanaan yang matang dan baik. Perencanaan dilakukan demi menghindari terjadinya kesalahan dan kegagalan yang tidak diinginkan. Perencanaan rekrutmen dilakukan dengan analisis pekerjaan. Menurut Yani analisis pekerjaan adalah studi sistematis mengenai tugas, kewajiban, dan tanggung jawab dari suatu pekerjaan, serta pengetahuan, kemampuan dan keahlian yang

⁴⁵ Mukhamad Ilyasin, "Manajemen Peserta Didik Dalam Mengaktualisasikan Nilai-Nilai Karakter Di Satuan Pendidikan," *Fenomena* 11, no. 1 (2019): 69–79.

⁴⁶ Nia Deniyati, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik," *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 2, no. 2 (2017).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibutuhkan untuk mengerjakan pekerjaan tersebut.⁴⁷ Tujuan analisis pekerjaan tersebut adalah :

Menciptakan SDM yang handal dalam menghadapi tantangan teknologi yang modern

Untuk mengetahui penyebab banyaknya permintaan kebutuhan

Untuk memenuhi tuntutan suatu pekerjaan

Untuk mengevaluasi pekerjaan serta mengetahui lingkungan yang mempengaruhi pekerjaan-pekerjaan didalam suatu organisasi.

4. Pelaksanaan Rekrutmen Peserta Didik Baru

Adapun langkah-langkah rekrutmen peserta didik baru dalam pelaksanaan rekrutmen yaitu :⁴⁸

Menurut Jaja Jahari :

- a. Membentuk panitia
- b. Membentuk syarat pendaftaran calon peserta didik baru
- c. Menyediakan formulir pendaftaran
- d. Pengumuman pendaftaran calon peserta didik baru
- e. Menyediakan buku pendaftaran
- f. Menentukan waktu pendaftaran

Langkah-langkah rekrutmen peserta didik baru selanjutnya:

Pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru

Rapat penentuan peserta didik baru

Pembuatan, pemasangan atau pengiriman pengumuman

Pendaftaran peserta didik baru

Seleksi

Penentuan peserta didik yang diterima

Pengumuman peserta didik yang diterima

Registrasi peserta didik yang diterima

⁴⁷ Mohamad Muspawi, "Memahami Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 20, no. 3 (2020): 744–50.

⁴⁸ Widya Astuti Permana, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan", *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2020): 83–96.



5. Evaluasi Rekrutmen Peserta Didik Baru

Evaluasi pada rekrutmen peserta didik baru adalah suatu proses penilaian dalam proses awal dari pendaftaran, penerimaan, seleksi dan penempatan yang tergabung dalam zona sebagai pengukuran dari hasil akhir penerimaan peserta didik baru dengan menggunakan zonasi yang dinyatakan dicapai dengan hasil-hasil yang dicapai. Evaluasi rekrutmen peserta didik baru dilaksanakan setelah adanya proses rekrutmen peserta didik baru, yang bertujuan untuk memperbaiki supaya lebih baik lagi. Evaluasi juga bisa dilakukan melalui metode diskusi supaya tidak menyinggung anggota satu sama yang lainnya.

3.3 Konsep Operasional

Konsep Operasional merupakan salah satu simbol bagaimana nantinya suatu variabel akan diukur atau diteliti. Berdasarkan penjelasan teoritis diatas, maka dirumuskan konsep operasional yang akan memberikan kemudahan kepada penulis untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur Dalam Merekrut Santri Baru Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak dengan teori Bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P dalam 4 elemen, yaitu sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Pada jenis produk ini akan dicari jenis produk apa yang digunakan Pondok Pesantren Jabal Nur dalam memasarkan keunggulan yang dimiliki pesantren dan dapat mengenalkannya kepada masyarakat.

2. *Price* (Harga)

Harga jual merupakan faktor yang sangat penting yang harus ditetapkan sedemikian rupa, kesalahan dalam menetapkan harga akan berakibat fatal bagi Pesantren apabila harga dengan kualitas pesantren tidak sesuai. Pada harga ditentukan bagaimana strategi dan taktik yang dilakukan Pondok Pesantren Jabal Nur dalam menentukan harga sehingga bisa menarik minat santri.

3. *Place* (Tempat)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada jenis ini akan dilihat apakah tempat atau letak Pondok Pesantren Jabal Nur sangat strategis atau tidak.

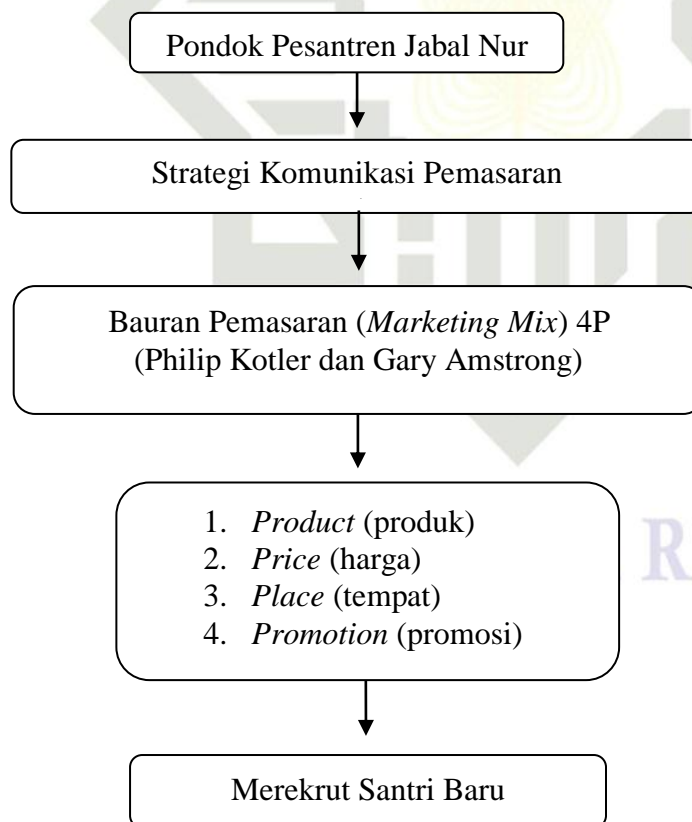
4. Promotion (Promosi)

Pada jenis ini ditentukan kegiatan perencanaan apa yang dilakukan Pondok Pesantren dalam mengkomunikasikan (mempromosikan) kepada masyarakat untuk menarik minat mereka serta media yang digunakan untuk promosi.

4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Oleh Penulis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁴⁹

Menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data melalui kata-kata digunakan untuk menginterpretasikan data dan hasil kata-kata atau lisan dari orang tertentu dan perilaku yang diamati.⁵⁰

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala-gejala tertentu.⁵¹ Data yang didapatkan dapat berasal dari naskah, dokumen, wawancara, catatan lapangan, foto dan lain-lain.

1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat dan populasi daerah tertentu.⁵² Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai Strategi Komunikasi di Pondok Pesantren Jabal Nur dalam merekrut santri baru.

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002) hlm. 23.

⁵⁰ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017) hlm. 6.

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Op.Cit*, hlm. 120.

⁵² Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya : SIC, 2010) hlm. 3.



3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Jabal Nur Jl.Sultan Syarif Qasim, Simpang Belutu, Kec. Kandis, Kab. Siak, Riau 28686.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung dari bulan Maret sampai bulan Juni 2023.

3.3 Sumber Data dan Informan Penelitian

3.3.1 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data primer dapat berupa opini orang secara individu atau kelompok.⁵³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil wawancara dengan pengelola pondok pesantren jabal nur sebagai sumber primer.

b. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang di ambil secara tidak langsung, data ini biasanya di ambil dari dokumen-dokumen laporan, karya tulis orang lain, majalah, koran atau arsip lainnya sebagai bahan pelengkap penelitian. Pada penelitian ini penulis mendapatkan data sekunder dengan memanfaatkan sumber seperti artikel jurnal, buku dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3.2 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah Ketua PSB Pondok Pesantren Jabal Nur, serta beberapa informan lain seperti beberapa bagian struktur organisasi Pesantren, santri dan juga wali santri Pondok Pesantren Jabal Nur untuk dijadikan sebagai acuan mendapatkan data dan informasi bagi penulis.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin yaitu pewawancara bebas bertanya dengan membawa kerangka pertanyaan untuk disajikan kepada responden, dan responden diberi kebebasan menjawab atas pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara.

Penulis mengaplikasikan metode ini kepada pengurus dan santri untuk mengetahui sarana dan prasarana, kondisi pondok pesantren, kondisi pendidikan di pondok pesantren, dan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam merekrut santri baru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.⁵⁶ Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pendukung dan pelengkap dari data wawancara dan observasi. Seperti menghimpun data tentang sejarah berdirinya pondok pesantren jabal nur, visi, misi, dan tujuan, daftar tenaga pengajar, jumlah santri dari tahun ketahun, kondisi sarana dan prasarana penunjang serta hal-hal lain yang dibutuhkan.

3.5 Validitas Data

Untuk menguji validitas yang telah dikumpulkan, penelitian akan menggunakan metode triangulasi. Dalam hal ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber yaitu membandingkan hasil wawancara dengan informan yang satu dengan informan lainnya. Adapun dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan narasumber, wawancara dengan observasi dan wawancara dengan dokumen agar data lebih akurat sesuai validitas informasi yang didapat oleh penulis.

⁵⁶ Sandu Siyoto, M. ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, Juni 2015) hlm. 77-78.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun data supaya dapat di tafsirkan. Menyusun data berarti mengkategorikannya dalam bentuk pola atau tema. Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna terhadap analisis, menjelaskan pola atau kategori, serta mencari hubungan antara berbagai konsep.⁵⁷

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data yang terdiri dari tiga bagian yaitu:

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan kasar di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung terjadilah proses reduksi selanjutnya seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, dan menulis memo. Proses reduksi data ini terus berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data merupakan hal penting yang kedua, kegunaan dari penyajian data ini adalah untuk menemukan pola yang memiliki makna serta memberikan beberapa kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan. Miles dan Huberman meyakini bahwa penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.

3. Penarikan Kesimpulan (*verifikasi*)

Kegiatan penarikan kesimpulan dilakukan penulis selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, penulis mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan, konfigurasi, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

Husain Usman, dkk. *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2017)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

1. Sejarah Pondok Pesantren Jabal Nur

Demi mendirikan Pondok Pesantren Jabal Nur, Bapak K.H Muhammad Ali Muchsin berjuang untuk meminta bantuan kepada pemerintah. Kemudian beliau melakukan perjalanan ke makam-makam para wali Songo untuk mendoakan tanah pesantren. Dan beliau berharap agar tanah pesantren ini dapat dibawa dan di do'a kan ke Gua Hira dan tempat-tempat mustajabah lainnya di Mekah dan Madinah. Akan tetapi beliau tidak memiliki biaya untuk ke tanah suci Mekkah, akhirnya beliau diberi jalan oleh Allah SWT dengan diajak untuk pergi ke tanah suci bersama Pak Haji Nurdin. Kesempatan tersebutlah digunakan oleh beliau untuk membawa tanah pesantren ini ke Gua Hira dan berdo'a kepada Allah SWT agar di ridhai dalam mendirikan Pondok Pesantren Jabal Nur.

Dan sebelum berdirinya Pondok Pesantren Jabal Nur, beliau juga dibantu oleh sahabatnya bernama Bapak Haji Anwar Mahidin yang merupakan anggota Dewan dari partai PPP dan juga seorang aktivis badan BAKORISMA (Badan Koordinasi Remaja Mesjid). Pak Haji Anwar beliau juga dibantu oleh adik dari Ibu Nur'aini Masnaliza Molek yang bernama Bapak Haji Ali Akbar. Akan tetapi setelah berdirinya Pondok Pesantren Jabal Nur dahulu beliau masih terkait dengan pekerjaan PNS di Kota Duri. Jadi, hal tersebut membuat beliau tidak sepenuhnya dapat mengurus Pondok Pesantren Jabal Nur. Akhirnya ada keponakan dari Ibu Nur'aini Masnaliza Molek dan juga anak angkat dari Bapak K.H Muhammad Ali Muchsin bernama Samparis.

Menurut filosofi asal usul Jabal Nur diambil dari sebuah bukit yang berada di Kota Mekkah. Bukit tersebut merupakan tempat Nabi Muhammad SAW beribadah, bertahannus, dan berdo'a kepada Allah SWT. Di bukit Jabal Nur tersebut tepatnya di Gua Hira yang merupakan tempat Nabi Muhammad SAW menerima wahyu pertama dari malaikat Jibril. Menurut beliau bukit

Jabal Nur merupakan Pondok Pesantrennya Nabi Muhammad SAW, dan malaikat Jibril sebagai kyai yang mengajari Nabi Muhammad SAW.

Menurut pribadi, K.H Muhammad Ali Muchsin adalah orang yang senang dan suka terhadap nama-nama yang ada dalam pelaksanaan haji, maka tidak heran jika semua anaknya berasal dari nama-nama yang ada dalam ibadah haji ataupun do'a-do'a dalam ibadah haji. Jadi, beliau ingin Pondok Pesantren Jabal Nur ini terus sukses seperti bukit yang menjulang tinggi dan memberikan manfaat kepada orang lain.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2 Profil Pondok Pesantren Jabal Nur

Tabel 4.1
Profil Pondok Pesantren Jabal Nur

1	Nama Ponpes	Pondok Pesantren Jabal Nur
2	No Statistik	510014080008
3	Akreditasi	362/BAP-SM/KP-09/X/2011
4	Didirikan	19 Juli 2004
5	Alamat Lengkap	Jl.Sultan Syarif Kasim Kel.Simpang Belutu, RT.01 RW.03, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau
6	NPWP	31.403.933.0-219.000
7	Nama Kepala	Robithoh Alamhadi Faisal,SH.I,M.H
8	No.Tlp/HP	082172037111
9	Nama Yayasan	Yayasan Jabal Nur
10	Alamat Yayasan	Jl.Sultan Syarif Kasim Kel.Simpang Belutu, RT.01 RW.03, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau
11	No. Tlp Yayasan	082172037111
12	Akte Pendirian Yayasan	Nomor : Nomor 68 Notaris : C-206.HT.03.01-Th.1995 Pengesahan Akte : AHU 0034752.AH.01.04.Th.2016
13	Kepemilikan Tanah	Pribadi Ikrar Wakaf (sertifikat masih dalam proses) Luas Tanah : 500.000 m2
14	Status Bangunan	Yayasan
15	Luas Bangunan	150.000 m2

Sumber : Pondok Pesantren Jabal Nur



4.3 Logo Pondok Pesantren Jabal Nur



Gambar 4.1 Logo Pondok Pesantren Jabal Nur

Sumber : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>

Lambang Pondok Pesantren Jabal Nur terdiri dari :

a. Gambar Ka’bah

Melambangkan bahwa pusat peribadahan islam di Dunia yaitu berada di Ka’bah yang letaknya di Kota Mekkah.

b. Sebuah tali yang melingkari logo

Melambangkan bahwa semuanya terikat dalam satu ikatan yaitu didalam Lembaga Bina Jiwa Taqwallah.

c. Tulisan Kandis, Siak, Riau, Indonesia beserta bendera merah putih

Melambangkan bahwa Pondok Pesantren Jabal Nur berada di Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau, Republik Indonesia.

d. Tulisan Lembaga Bina Jiwa Taqwallah

Melambangkan bahwa landasan atau pendidikan yang digunakan oleh Pondok Pesantren Jabal Nur yaitu Lembaga Bina Jiwa Taqwallah yang artinya santri dibina untuk selalu bertaqwa dan berserah diri kepada Allah SWT setiap saat.

e. Gambar sebuah Tinta dan Pena

Mengartikan bahwa santri dituntut untuk selalu belajar dan berkarya seperti yang selalu beliau katakan “Jadilah pengukir dalam sejarah dan jangan jadi beban dalam sejarah”. Arti kata tersebut memiliki makna bahwa santri itu harus menjadi pengukir dalam sejarah, selalu

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkarya, dan selalu berinovasi bagi kehidupan bangsa dan negara. Akan tetapi jangan menjadi santri yang membebani dan menyusahkan kehidupan bangsa dan negara.

f. Gambar Al-Qur'an dan Hadist

Melambangkan bahwa pedoman agama islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist.

g. Bintang berjumlah sembilan

Melambangkan jumlah Wali Songo yang menyebarkan agama Islam di Pulau Jawa. Tanda sembilan bintang juga merupakan lambang dari sekolah Pesantren NU (Nahdatul Ulama).

h. Tulisan Bahasa Arab

Melambangkan bahwa agama islam berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist yang tulisannya berbahasa arab.

i. Tulisan Pondok Pesantren Jabal Nur dengan berwarna putih

Melambangkan suatu Pondok Pesantren yang suci.

j. Gambar sebuah bukit

Melambangkan bahwa nama Pondok Pesantren Jabal Nur diambil dari sebuah bukit di Mekkah yang bernama bukit Jabal Nur yang artinya bukit yang bercahaya.

k. Warna hijau

Melambangkan sebuah warna yang memiliki arti kesuburan dan keteduhan. Warna hijau juga merupakan warna dari suatu Organisasi Islam yang bernama NU (Nahdatul Ulama) dan juga warna Ahlus Sunnah Wal Jama'ah.

l. Warna Kuning

Melambangkan sebuah warna yang memiliki arti kemewahan, jaya dan kesuksesan.

m. Warna Biru

Melambangkan sebuah warna yang memiliki makna semangat.



4.4 Visi, Misi & Motto Pondok Pesantren Jabal Nur

4.3.1 Visi

- a. Menjadi Pondok Pesantren yang dinamis, inovatif dan reformatif dalam bingkai jiwa taqwallah.
- b. Menjadi pusat pemantapan akidah dan pembekalan dasar syariat islam sebagai landasan normatif hidup dan kehidupan
- c. Menjadi salah satu penggerak dan pembentukan masyarakat madani dalam konteks ke Indonesiaan dalam bingkai akhlakul karimah sebagai landasan moral untuk etos perjuangan hidup dan kehidupan.

4.3.2 Misi

Mengantarkan seluruh komponen Pondok Pesantren Jabal Nur dan masyarakat dalam pembentukan jiwa taqwallah dan aplikasinya melalui :

- a. Pembekalan dan pemantapan dasar Iman (Akidah Tauhid), Syariat Islam (Fiqih) dan Akhlakul Karimah.
- b. Mengorbankan dan menggerakkan semangat Amar Makruf Nahi Munkar dan keteladanan.
- c. Membentuk civitas madrasah berwawasan global yang Dinamis, Inovatif, Idealis, Reformatif dan dedikasi dengan loyalitas yang tinggi sebagai Jiwa Ahlulsunnah wal Jamaah.
- d. Membentuk siswa yang berkualitas dan mandiri dalam bingkai Jiwa Taqwallah sebagai Dinamisator, Motivator, Katalisator pembangunan masyarakat madani.

4.3.3 Motto

Pendidikan Pondok Pesantren Jabal Nur menekankan pada pembentukan pribadi mukmin muslim yang berbudi tinggi, berbadan sehat, berpengetahuan luas dan berpikiran bebas. Realisasi penanaman motto ini dilakukan melalui seluruh unsur pendidikan yang ada.

- a. Berbudi Tinggi

Berbudi tinggi merupakan landasan paling utama yang ditanamkan oleh Pondok ini kepada seluruh santrinya dalam semua tingkatan, dari



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Realisasi penanaman motto ini dilakukan melalui seluruh unsur pendidikan yang ada.

b. Berbadan Sehat

Tubuh yang sehat adalah sisi lain yang dianggap penting dalam pendidikan di Pondok ini. Dengan tubuh yang sehat para santri akan dapat melaksanakan tugas hidup dan beribadah dengan sebaik-baiknya. Pemeliharaan kesehatan dilakukan melalui berbagai kegiatan olahraga, dan bahkan ada olahraga rutin yang wajib diikuti oleh seluruh santri sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

c. Berpengetahuan Luas

Para santri di pondok ini di didik melalui proses yang telah dirancang secara sistematis untuk dapat memperluas wawasan dan pengetahuan, lebih dari itu mereka diajari cara belajar yang dapat digunakan untuk membuka gudang pengetahuan. Kyai sering berpesan bahwa pengetahuan itu luas, tidak terbatas, tetapi tidak boleh terlepas dari berbudi tinggi, sehingga seseorang itu tahu untuk apa ia belajar serta tahu prinsip untuk apa ia menambahkan ilmu.

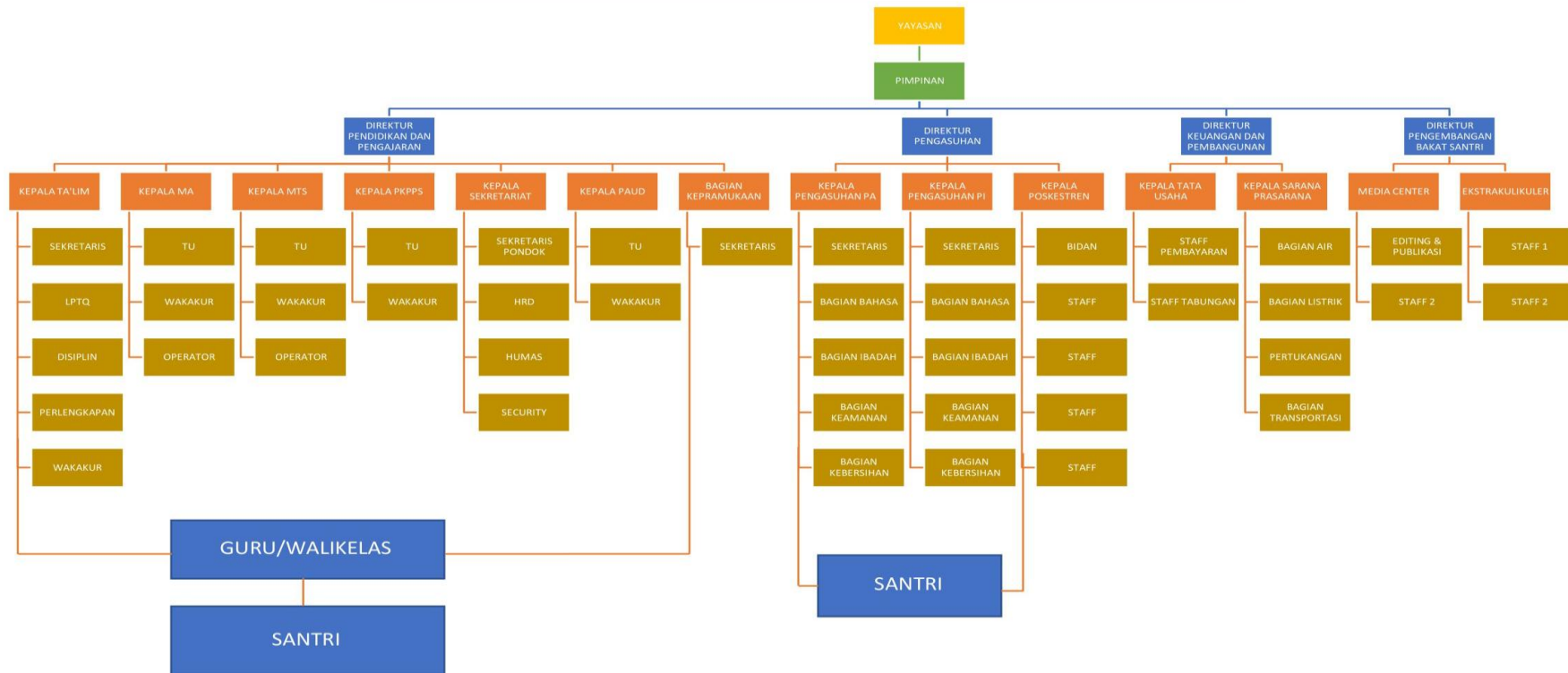
d. Berpikiran Bebas

Berpikiran bebas tidaklah berarti bebas sebebas-bebasnya (liberal). Kebebasan disini tidak boleh menghilangkan prinsip, teristimewa prinsip sebagai muslim mukmin. Justru kebebasan di sini merupakan ambang kematangan dan kedewasaan dari hasil pendidikan yang telah diterangi petunjuk ilahi (hidayatullah). Motto ini ditanamkan sesudah santri memiliki budi tinggi atau budi luhur dan sesudah ia berpengetahuan luas.

4.5 Struktur Pondok Pesantren Jabal Nur



STRUKTUR LEMBAGA BINA JIWA TAQWALLAH PONDOK PESANTREN JABAL NUR



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Jabal Nur

Sumber Data : Pondok Pesantren Jabal Nur



4.6 Pencapaian Pondok Pesantren Jabal Nur

Pada tahun 2021 Pondok Pesantren Jabal Nur mendapatkan penghargaan Juara 1 saat menjadi perwakilan Provinsi Riau pada Lomba Pesantren Unggulan se-Sumatera yang di adakan oleh Bank Indonesia. Pengumuman juara di umumkan pada acara tahunan Bank Indonesia 2021 yang di hadiri oleh Bapak Presiden RI Joko Widodo secara virtual.



Gambar 4.3 Penghargaan Pondok Pesantren Jabal Nur Juara 1 Pesantren Unggulan se-Sumatera tahun 2021

Sumber : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>

Tidak hanya itu, hingga saat ini santri Pondok Pesantren Jabal Nur sudah banyak menorehkan segudang prestasi dan memberikan kontribusinya bagi masyarakat khususnya di Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak bahkan Provinsi Riau. Hal ini merupakan suatu kebanggaan tersendiri bagi pesantren dan dapat mengharumkan nama pesantren.

4.7 Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Jabal Nur

Sarana dan prasarana merupakan fasilitas yang disediakan sekolah untuk menunjang keberlangsungan pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sarana dan prasarana merupakan faktor pendukung proses berlangsungnya pendidikan. Berikut sarana dan prasarana yang disediakan Pondok Pesantren Jabal Nur :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.2
Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Jabal Nur

No.	Fasilitas	No.	Fasilitas
1.	Asrama Putra & Putri	15.	Saung ngaji santri
2.	Dapur Putra & Putri	16.	Panggung/Gedung serbaguna
3.	Laboratorium (IPA, Bahasa, Komputer, Fisika, Kimia, Biologi)	17.	Sarana Olahraga (Lapangan Basket, Lapangan Volly, Lapangan Takraw, Lapangan Bulu Tangkis, Lapangan Futsal, Lapangan Bola Kaki)
4.	Kantor sekolah dan yayasan	18.	Saung Kaligrafi
5.	2 Mesjid (putra & putri)	19.	Kantin JN Mart & Koperasi
6.	Perpustakaan	20.	Bumi perkemahan
7.	Gedung-gedung sekolah	21.	Lapangan utama Jabal Nur
8.	Aula/Gedung serbaguna	22.	Bus pesantren
9.	Poskestren	23.	Mobil Logistik
10.	Gedung life skill	24.	Pos Satpam 24 jam
11.	Depot air minum JN Alma'	25.	CCTV 24 jam
12.	Gedung multimedia (Media Center)	26.	Gedung pelatihan LAS listrik
13.	Penangkal petir 2 unit	27.	Bilik bicara wali santri
14.	Saung tahfidz	28.	Wisma Jabal Nur

Sumber Data : Pondok Pesantren Jabal Nur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah peneliti uraikan pada bab-bab sebelumnya dari berbagai literatur dan penelitian dilapangan mengenai Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Jabal Nur dalam Merekrut Santri Baru pihak pesantren menggunakan pemasaran sebagai strateginya dan menerapkan empat elemen strategi pemasaran dengan cukup baik, maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa :

Strategi pemasaran pertama yang digunakan yaitu dengan menyediakan jasa pendidikan formal dan non formal untuk di tawarkan ke masyarakat. Pendidikan formal yang disediakan ada MA, MTs, Wustho dan Ulya. Sedangkan untuk pendidikan non formalnya ada Kitab Kuning, Tahfidz Qur'an, dan Ekstrakurikuler. Selain itu pesantren juga memiliki program unggulan yang menjadi daya tarik tersendiri dan berbeda dari sekolah-sekolah lain. Dalam memasarkan produk yang tersedia Pondok Pesantren Jabal Nur menggunakan media sosial yang meliputi Facebook, Instagram, Youtube, Tik Tok dan media cetak yang meliputi brosur, kalender, baliho dan spanduk sebagai alat atau media promosinya.

Strategi pemasaran yang kedua pesantren mengadakan diskon atau potongan harga untuk 50 orang pendaftar pertama dengan jumlah potongan senilai Rp.500.000, serta ada program gratis SPP untuk santri yang kurang mampu dan yatim piatu, kemudian gratis SPP 6 bulan untuk santri yang juara umum MA, MTs, Wustho dan Ulya.

Strategi pemasaran yang ketiga pesantren menggunakan promosi dari mulut ke mulut dengan bantuan para alumni, wali santri dan guru. Teknik promosi ini mereka akan memberi informasi tentang pesantren kemudian



Balai Latihan Kerja Kab. Majene.” *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2017, 162–73.

Yyassin, Mukhamad. “Manajemen Peserta Didik Dalam Mengactualisasikan Nilai-Nilai Karakter Di Satuan Pendidikan.” *Fenomena* 11, no. 1 (2019): 69–79.

Soyanto Hartono, dkk, *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta : ANDI, 2018).

Katadjaya, Hermawan, “*Marketing, Diferensi, Positioning*”, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008).

Kasirul, Kasirul Fadhli. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017-2018.” *Jurnal Purnama Berazam* 1, no. 1 (2019): 1–14.

Chalik, Idhan, and Hamdan Daulay. “Strategi Komunikasi Dalam Merekrut Peserta Didik Baru Di SMP Islam Al Abidin Surakarta.” *AS-SABIQUN* 4, no. 5 (2022): 1316–30.

Kotler, Philip dan Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhalindo, 2010).

Moeleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017).

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

Muhariyani, Wulan. “Strategi Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Masa Pandemi COVID-19.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 55–65.

Muspawati, Mohamad. “Memahami Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 20, no. 3 (2020): 744–50.

Oentoro, Deliyanti, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Laksbang PRESS indo, 2012).

Permana, Widya Astuti. “Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan ”. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2020): 83–96.

Profil Pondok Pesantren Jabal Nur, <https://id.scribd.com/document/Profil-Pondok-Pesantren-Jabal-Nur>. (diakses pada tanggal 9 januari 2023 pukul 15.00 WIB)

Qomar, Mujamil, *Pesantren dan Transpormasi Metode Menuju Demokratis Institusi*, (Jakarta : Erlangga, 2001).



- Risdianti, Desi. "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik." *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 2, no. 2 (2017).
- Rismiatiun, Rismiatiun. "Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru 2019." *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2020): 17–22.
- Riswanto, Riswanto. "Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru." *J-Sikom* 1, no. 2 (2020).
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian : Public Relations Dan Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006).
- Saiman Arifi, *Diplomasi Santri*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2022).
- Syandu Sityoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015).
- Soemanagara, Kennedy, *Marketing Communication Taktik dan Strategi*, (Jakarta : PT Buana Populer kelompok Gramedia, 2006).
- Sugiyanto, Nur Wahid, and Sedyanta Santosa. "Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren." *An Nur: Jurnal Studi Islam* 13, no. 1 (2021): 90–115.
- Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2017).
- Uttrisno, Edy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : KENCANA , 2017).
- Wastha Basu, *Asas-Asas Marketing, Edisi Ketiga*, (Yogyakarta : Liberty, 2000).
- Wijiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama* (Yogyakarta : ANDI, 2001).
- Yudianto, Rudi. "Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Islam Di Surabaya." *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013): 58–75.
- Uchajana Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1998).
- Vriyatna, Muhammad. "Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah Surabaya." *Jurnal Mumtaz* 1, no. 1 (2021): 7–17.
- Yusuf, Kurniawaty, and Lina Anggraeni. "Strategi Komunikasi Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Paramadina Tahun Ajaran 2021," n.d.



Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

A. **Product (Produk)**

1. Bagaimana sistem pendidikan di Pondok Pesantren Jabal Nur ?
2. Program unggulan apa yang dimiliki Pondok Pesantren Jabal Nur ?
3. Program apa yang anda minati di Pondok Pesantren Jabal Nur ?
4. Prestasi apa yang pernah di raih Pondok Pesantren Jabal Nur ?
5. Apa saja sarana dan prasarana yang di sediakan pihak Pesantren ?

B. **Price (Harga)**

1. Berapa biaya masuk di pondok pesantren jabal nur ?
2. Adakah potongan harga khusus untuk santri yang masuk ke pesantren ?
3. Siapa saja orang yang mendapatkan harga diskon tersebut?
4. Bagaimana sistem pembayarannya ?
5. Apakah pihak pesantren menyediakan atau membolehkan bagi wali santri untuk mencicil biaya SPP atau sejenisnya ?

C. **Place (Tempat)**

1. Dimanakah letak Pondok Pesantren Jabal Nur ?
2. Apakah lokasi pesantren sangat strategis ?
3. Apakah lingkungan pesantren sangat luas cakupannya ?
4. Mengapa anda tertarik dengan Pondok Pesantren Jabal Nur ?

D. **Promotion (Promosi)**

1. Bagaimana strategi promosi pondok pesantren Jabal Nur ?
2. Media apa saja yang digunakan pondok pesantren Jabal Nur dalam mempromosikannya ke masyarakat ?
3. Isi konten seperti apa yang di promosikan ?
4. Mana lebih besar pengaruhnya antara media online dengan media offline dalam promosi ?
5. Dari mana anda tahu Pondok Pesantren Jabal Nur ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DRAFT WAWANCARA DENGAN KETUA PSB

Nama : Ghazi Asadullah At-Taqi
Jabatan : Ketua PSB (Penerimaan Santri Baru)
Waktu : 24 Mei 2023
Lokasi : Pondok Pesantren Jabal Nur

No	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1	Bagaimana sistem pendidikan di Pondok Pesantren Jabal Nur ?	Memang untuk sistem pendidikan pertama kali berjalan itu ada 2, yang pertama itu KMI (<i>Kulliyatul Mu'alimiyah Islamiyah</i>) itu sistem gontor di padukan sama MA dan MTs nah jadi kolaborasi. Sebagian mapel umum itu di ambil dari MA dan MTs, yang keagamaannya diambil dari gontor itu yang sudah berjalan dari dulu. Nah sekarang kita ada pembaharuan kurikulum baru itu metode kitab salafiyah, kalo sekarang itu namanya PKPPS (Program Kesetaraan Pondok Pesantren Salafiyah). Untuk kurikulum baru ini juga karena permintaan dari masyarakat, karena masyarakat ini minta agar Jabal Nur ini ada fokus kitab sama fokus tahfidz. Kitab dan tahfidz inilah untuk anak-anak yang mau ke Timur Tengah, kalau duluan kita belum menyediakan medianya santri sendiri yang mandiri. Kalau sekarang dari mulai masuk pesantren sudah kita persiapkan, itu tadi dengan pendidikan PKPPS.
2	Program unggulan apa yang dimiliki Pondok Pesantren Jabal Nur ?	Program unggulannya kita ada <i>Leadership</i> , nah <i>Leadership</i> itu sudah ada pertama kali pesantren di dirikan yaitu sistem kepengurusan seperti OSP2JN dan KGP3JN. Kemudian kita ada program unggulan pentas seni, bagaimana skill-skill anak-anak dan potensi-potensinya itu mereka semangat berkembang untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Publikasi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>menampilkan di pentas seni. Selanjutnya kita ada program karya ilmiah, itu sebenarnya untuk melatih pola pikir. Karena anak-anak itu mencari suatu masalah dan memberi solusi dari masalah tersebut, disamping itu supaya mereka tau sistematika penulisan untuk skripsi. Jadi suatu saat mereka kuliah dan menghadapi dunia per skripsian setidaknya mereka sudah paham. Kita juga ada program <i>amaliyah tadrīs</i> atau biasa disebut dengan <i>mikro teaching</i> dimana anak-anak itu di ajarkan bagaimana cara menyampaikan ilmu yang sudah mereka dapat, intinya itu adalah penyampaian ilmu secara lugas dan matang materi apa yang mereka ambil dan bisa untuk menyampaikannya. Kemudian kita ada muhadoroh 3 bahasa (Arab, Inggris, Indonesia), Latihan khotib dan imamah, penguasaan aktif bahasa arab dan bahasa inggris bagi seluruh santri, <i>Super Camp</i> (perkemahan akbar), JN News (jurnalistik/kewartawanan), <i>Study Tour</i> (Rekreasi). Dan kita sekarang ada program unggulan terbaru yaitu santri <i>preneur</i> dimana santri diajarkan untuk berwirausaha dengan cara ada beberapa santri yang kita ajak kolaborasi untuk memulai unit usaha seperti sekarang kan ada JN pangkas yang mana menggunakan santri-santri bagian keamanan untuk mengelola pangkas tersebut, dan ada juga beberapa anak yang dilibatkan di kebun disitu mereka tidak hanya membantu kebun disitu mereka diajarkan bagaimana cara berkebun yang baik.</p>
<p>3 Prestasi apa saja yang pernah di raih Pondok Pesantren Jabal Nur ?</p>	<p>Untuk prestasi pesantren ini sangat banyak sekali mulai dari tingkat Kecamatan, Kabupaten dan Provinsi. Untuk</p>

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>prestasinya sendiri itu dari segi cabang olahraga, kesenian, beladiri, kepramukaan, kaligrafi, pendidikan, pesantren unggulan, Al-Qur'an dan lain-lain.</p>
<p>4</p>	<p>Apa saja sarana dan prasarana yang di sediakan oleh pihak Pesantren ?</p>	<p>Kita menyediakan sarana prasarana yang cukup memadai agar santri pun nyaman tinggal di pesantren, kita menyediakan asrama santri, gedung belajar, mesjid, sarana olahraga, saung-saung, ruang bagian kesehatan, gedung serba guna, perpustakaan, koperasi dan kantin, perumahan guru, laboratorium, ruang pertemuan, perkantoran, studio musik dan kesenian, CCTV, penangkal petir, dan kendaraan operasional.</p>
<p>5</p>	<p>Berapa biaya masuk di Pondok Pesantren Jabal Nur ?</p>	<p>Untuk harga masuk itu setiap tahunnya berbeda-beda, dan setiap golongannya berbeda karena disini kita membagi nya sesuai pendidikan yang mereka ambil misalnya MA, MTs, dan PKPPS. Itupun untuk putra dan putri berbeda jumlah biaya masuknya karena kan kita menyesuaikan juga kebutuhan pribadi mereka. Tahun ini itu uang masuk untuk biaya peningkatan mutu pendidikannya sekitar Rp. 5.700.000 itu diluar biaya keperluan atau perlengkapan santri. Untuk uang SPP nya itu sekitar Rp. 850.000 perbulan.</p>
<p>6</p>	<p>Adakah potongan harga khusus untuk santri yang masuk ke pesantren ?</p>	<p>Iya ada</p>
<p>7</p>	<p>Siapa saja orang yang mendapatkan harga diskon tersebut ?</p>	<p>kita mengadakan diskon atau potongan harga khusus untuk 50 orang pendaftar pertama untuk potongannya itu senilai Rp. 500.000 hal ini dapat menarik minat masyarakat sehingga mereka akan berlomba-lomba untuk mendaftarkan</p>

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>anaknyanya. Kita juga mengadakan program gratis SPP untuk santri yatim piatu dan kurang mampu untuk 5 orang, kita akan mendata untuk santri yang benar-benar layak untuk mendapatkannya. Kita juga ada program gratis SPP 6 bulan untuk santri-santri yang Juara umum tingkat MTs, MA, Wustha dan Ulya hal ini untuk memberikan motifasi juga untuk mereka agar lebih giat belajar.</p>
<p>8</p>	<p>Bagaimana sistem pembayarannya ?</p>	<p>Untuk sistem pembayarannya sendiri itu bisa datang langsung ke bagian TU (Tata Usaha) pesantren atau bisa di transfer melalui via rekening. Tapi biasanya wali santri itu lebih banyak pembayaran langsung.</p>
<p>9</p>	<p>Apakah pihak pesantren menyediakan atau membolehkan bagi wali santri untuk mencicil biaya SPP atau sejenisnya ?</p>	<p>Tentunya dengan hal itu kita ada agar meringankan pembayaran untuk wali santri, tapi untuk pembayaran yang boleh di cicil itu cuma uang tahunan dan biasanya itu 2 sampai 3 kali cicilan. Untuk uang SPP nya itu tidak bisa di cicil karena juga itukan uang bulanan yang harus dibayar, nah dari uang SPP itulah untuk membeli bahan-bahan makanan untuk santri.</p>
<p>10</p>	<p>Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pesantren ?</p>	<p>Pertama itu dari sosmed itukan ada Youtube, Instagram kita aktif yang betul itu di setelah covid tahun 2021, Facebook itukan udah lama dari tahun 2017 itu kita udah pakai facebook, nah di 2023 ini kita memulai Tik Tok karena kan banyak sekarang orang-orang itu yang lebih tertarik kepada soft video orang malas sekarang liat video panjang-panjang jadi kami tembak pemasaran nya informasi dulu bahwa Jabal Nur ini ada lewat Tik Tok nah dari video Tik Tok ini bisa ke</p>

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>Instagram kan bisa sepaket itu. Tapi kita juga ada sosialisasi griliya atau pergi ke sekolah-sekolah dengan membawa brosur, kalender, spanduk. Cuman ternyata waktu covid kita gak memakai sistem griliya ini, karena waktu itu santri gak ada santri pada libur akhirnya kami Cuma memanfaatkan sosial media sama kekuatan dari mulut ke mulut. Pas di analisa lagi ternyata yang paling besar itu dari mulut ke mulut bukan dari sosial media. Kekuatan dari mulut ke mulut adalah wali santri, alumni dan juga dari guru-guru. Setelah covid berlalu kita beraktifitas kembali, kita juga ada mengadakan kegiatan-kegiatan yang berbaur dengan masyarakat. Tujuannya agar jabal nur ini semakin dikenal oleh banyak orang.</p>
<p>11</p>	<p>Dimanakah letak Pondok Pesantren Jabal Nur ?</p>	<p>Pondok Pesantren Jabal Nur berdiri di jalan Sultan Syarif Kasim Kelurahan Simpang Belutu Kecamatan Kandis Kabupaten Siak.</p>
<p>12</p>	<p>Apakah lokasi pesantren sangat strategis ?</p>	<p>Iya, lokasi pesantren terbilang cukup strategis karena lokasinya yang berada dekat jalan raya dan kita berada di lingkungan masyarakat. Untuk jarak pesantren ke jalan raya sendiri sekitar hanya 500 meter. Di sekitar lokasi juga terdapat banyak sarana umum, tempat-tempat perbelanjaan, kantor polisi dan banyaklah. Akses ke pesantren juga mudah sangat terjangkau oleh siapa pun.</p>
<p>13</p>	<p>Apakah lingkungan pesantren sangat luas cakupannya ?</p>	<p>Iya, luas tanah pesantren ini sekitar kurang lebih 500.000 m². Banyak bangunan yang kami bangun juga, dan kegiatan santri untuk berlalu lalang pun tidak sempit sehingga santri pun tidak bosan.</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DRAFT WAWANCARA DENGAN MEDIA CENTER

Nama : Thofan Jihadullah Al-Atiq
Jabatan : Media Center
Waktu : 06 Juni 2023
Lokasi : Pondok Pesantren Jabal Nur

No	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1	Bagaimana strategi promosi yang di lakukan pesantren ?	Bisa dibilang cara Jabal Nur untuk syiar dengan tujuan untuk mencari atau menerima santri baru itu sudah beberapa tahun ini Jabal Nur sudah menerapkan <i>digital marketing</i> . Kalau dulu kita dalam mempromosikan pesantren atau mencari santri baru itu masih dengan menggunakan strategi <i>marketing</i> yang umum lah.
2	Media apa saja yang digunakan untuk promosi ?	Sekitar sudah 4 tahun ini kita sudah beralih ke <i>digital</i> , karena melihat memang sekarang sudah eranya <i>digital</i> . Maka kita memanfaatkan seluruh media sosial yang ada baik itu Facebook, Instagram, Youtube dan sekarang yang terbaru itu kita lagi menggunakan Tik Tok untuk media dakwah kita. Tidak hanya itu kita juga masih menggunakan strategi lama seperti mencetak baliho atau spanduk, kalender, brosur, sosialisasi ke sekolah-sekolah dan promosi dari mulut ke mulut.
3	Isi konten seperti apa yang di promosikan oleh pesantren ?	Kita membuat konten-konten yang bermanfaat, kita memposting foto-foto kegiatan santri yang <i>real</i> seperti apa adanya dengan tujuan orang-orang bisa melihat langsung.
4	Mana lebih besar pengaruhnya antara media online dengan media offline dalam promosi ?	Lebih tinggi di media online seperti media sosial, karena zaman sekarang apalagi kalau sosial media nya itu kontennya menarik orang kalau suka dia akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Publikasi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>membagikan konten tersebut sehingga informasi tentang adanya pesantren semakin meluas. Kami di Pondok Pesantren Jabal Nur memanfaatkan seluruh guru, jadi guru itu kita kasih semacam aturan. Bahwa guru itu wajib untuk membagikan postingan pesantren, jadi setiap harinya akan ada postingan. Kita juga mengshare link postingan ke whatsapp wali santri, sehingga wali santri akan melihat dan membantu mengshare link postingan kita. Hal ini dapat membantu tim media center dalam mempromosikan postingan pesantren. Kita juga sering live di media sosial seperti Facebook dan Tik Tok.</p>
<p>5</p>	<p>Bagaimana sistem pendidikan di Pondok Pesantren Jabal Nur ?</p>	<p>Kalau untuk pendidikannya kita ada formal dan non formal, pendidikan formalnya ini kan belajar di kelas. Nah untuk pendidikan non formal itu diluar kegiatan formal, untuk non formalnya ada ekstrakurikuler, tahfidz, kitab kuning itu kegiatan non formal nya. Jadi kita berimbang antara formal dan non formalnya, biasanya ada beberapa pesantren yang non formalnya tidak terlalu di perhatikan. Nah kita insyaallah non formalnya kita maksimalkan juga karena potensi santri itu biasanya berkembang di kegiatan-kegiatan non formalnya.</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DRAFT WAWANCARA DENGAN WALI SANTRI

Nama : Rubiyem
Jabatan : Wali Santri
Waktu : 23 Mei 2023
Lokasi : Rumah informan

No	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1	Mengapa ibu tertarik dengan Pondok Pesantren Jabal Nur ?	Dulu tahun 2013 anak saya yang pertama kan masuk ke Jabal Nur juga, saya ngecek ke sana untuk liat kondisi sekolahnya, pengajarannya gak taunya tertarik sama pengajarannya sama tempatnya. Kalau mau jenguk anak enak, lokasinya dekat dengan rumah tidak memakan waktu berjam-jam. Untuk lokasi pesantrennya juga tidak jauh dari masyarakat dan dekat dengan toko-toko jadi kalau mau belanja keperluan anak itu tidak jauh. Makannya dari anak saya yang pertama sampai anak saya yang ketiga ini sekolah di sana semua.
2	Dari mana ibu tau informasi tentang Jabal Nur ?	Saya tau Jabal Nur ini dari tetangga saya, karena anaknya sekolah di sana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

DRAFT WAWANCARA DENGAN SANTRI KELAS 5 MA PUTRI

Nama : Masitah Al Zahra br Siahaan
Jabatan : Santriwati Kelas 5 MA
Waktu : 24 Mei 2023
Lokasi : Pondok Pesantren Jabal Nur

No	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1	Mengapa anda tertarik dengan Pondok Pesantren Jabal Nur ?	Karena Jabal Nur ini memiliki program unggulan yang berbeda dari pesantren lain, saya tertarik juga karena Jabal Nur ini sangat strategis lokasinya tidak jauh juga dari rumah.
2	Program unggulan apa yang anda minati ?	Kalau untuk program pendidikan yang disediakan sama pesantren ini ada MA, MTs, Wustho dan Ulya. Nah kalau untuk Ulya dan Wustho ini membahas tentang kitab kuning dan tahfidz. Misalnya kalau anak MA nya mau ngambil kitab kuning atau fokus tahfidz berarti dia mengambil Ulya tahfidz, begitu seterusnya kak. Kalau saya sendiri mengambil program pendidikan MA, karena saya lebih suka ke pendidikan umum nya.
3	Dari mana anda tahu informasi tentang Jabal Nur ?	Saya tahu Jabal Nur ini karena kakak saya juga sebelumnya sekolah di sini, tapi untuk itu kami juga tahu informasi Jabal Nur ini dari saudara saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

DRAFT WAWANCARA DENGAN SANTRI KELAS 2 MTS PUTRI

Nama : Suci Rochmawati
Jabatan : Santriwati Kelas 2 MTs
Waktu : 24 Mei 2023
Lokasi : Pondok Pesantren Jabal Nur

No	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1	Mengapa anda tertarik dengan Pondok Pesantren Jabal Nur ?	Karena faktor orang tua juga yang nyuruh untuk mondok saja, tapi orang tua bolehkannya pesantren yang dekat dengan rumah. Kebetulan Jabal Nur ini dekat dengan rumah jadi tertarik juga masuk ke sini. Enggak cuma itu, pendidikan di sini juga bagus. Disini lah bakat saya bisa berkembang, yang tadinya saya enggak bisa apa-apa tapi disini saya jadi bisa.
2	Program unggulan apa yang anda minati ?	Saya mengikuti kegiatan program non formal yang disediakan oleh pesantren, salah satunya ekstrakurikuler kepramukaan. Disana saya bisa mengembangkan bakat kepramukaan saya, alhamdulillah pesantren memfasilitasi untuk mengikuti kegiatan lomba kepramukaan diluar. Nah dari situ saya bisa menambah wawasan kepramukaan saya.
3	Dari mana anda tahu informasi tentang Jabal Nur ?	Saya tahu adanya Jabal Nur ini dari tetangga saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN



Kegiatan Berbagi Takjil Gratis

Sumber Data : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>



Kegiatan Wirid Akbar di Lapangan Pondok Pesantren Jabal Nur

Sumber Data : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kegiatan Perlombaan Perkemahan Akbar se-Riau Antar Sekolah di Lapangan Pondok Pesantren Jabal Nur

Sumber Data : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>



Kegiatan Perlombaan PORSEDA se-Riau Antar Sekolah di Pondok Pesantren Jabal Nur

Sumber Data : <https://www.facebook.com/LBJTJabalnur>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Ketua PSB (Penerimaan Santri Baru)
Ponpes Jabal Nur (24 Mei 2023)**



**Wawancara dengan *Media Center* (MC)
Pondok Pesantren Jabal Nur (06 Juni 2023)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Wali Santri Pondok Pesantren
Jabal Nur (23 Mei 2023)**



**Wawancara dengan Santri Pondok Pesantren Jabal Nur
(24 Mei 2023)**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052
Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-1845/Un.04/F.IV/PP.00.9/05/2023 Pekanbaru, 12 Mei 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau**
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: WIWIN
N I M	: 11940322067
Semester	: VIII (Delapan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak Dalam Merekrut Santri Baru"

Adapun sumber data penelitian adalah :

"Kec. Kandis Kab. Siak Dalam Merekrut Santri Baru"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan



Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lembaga Bina Jiwa Taqwallah
PONDOK PESANTREN JABAL NUR
KANDIS – SIAK – RIAU – INDONESIA.
المعهد التربية الإسلامية جبل النور

Jl. Sultan Syarif Kasim Kel. Simp. Belutu Kandis Kode Pos. 28686 Hp. 081265313329

Nomor : 001/P/LBJT-PPJN/V/2023 Kandis, 23 Mei 2023
Lampiran : -
Perihal : Balasan Surat Izin Prariset

Assalamu'alaikum Wr.Wb

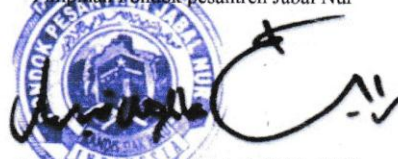
Seiringnya do'a dan ta'dzim kami, mudah-mudahan bapak/ibu/saudara/i selalu dalam lindungan ALLAH SWT dan sukses dalam menjalankan tugas. Amin.

Pimpinan Yayasan Bina Jiwa Taqwallah Pondok Pesantren Jabal Nur, setelah membaca surat Permohonan Penelitian dari: **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-1845/Un.04/F.IV/PP.00.9/05/2023** Tanggal 12 Mei 2023, dengan ini memberikan izin melakukan prariset kepada:

Nama Mahasiswa : Wiwin
NIM : 11940322067
Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondokpesantren Jabal Nur Kec. Kandis Kab. Siak Dalam Merekre Santri Baru

Demikianlah balasan surat izin prariset ini dibuat dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pimpinan Pondok pesantren Jabal Nur

Robithah Alambadi Faisal, S.HI., M.H.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbahayak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmpstp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/56210
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-1845/Un.04/F/PP.00.9/05/2023 Tanggal 12 Mei 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

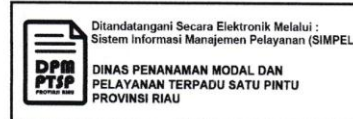
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : WIWIN |
| 2. NIM / KTP | : 11940322067 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PONDOK PESANTREN JABAL NUR KEC. KANDIS KAB. SIAK DALAM MEREKRUT SANTRI BARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : PONDOK PESANTREN JABAL NUR KEC. KANDIS KAB. SIAK |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 15 Mei 2023



Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Siak
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Siak Sri Indrapura
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama WIWIN, dilahirkan di Desa Beringin Lestari Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar pada tanggal 05 Mei 2001. Penulis merupakan anak dari Ayah Lukman dan Ibu Solihat, penulis anak ketiga dari empat bersaudara. Riwayat pendidikan formal penulis dimulai pada tahun 2006 dari tingkat TK Al-Hidayah Beringin Lestari, dan tamat pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Dasar Negeri 08 Beringin Lestari dan tamat pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2013 penulis melanjutkan kembali pendidikan tingkat Madrasah Tsanawiyah Jabal Nur Kandis dan tamat pada tahun 2016. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Madrasah Aliyah Jabal Nur Kandis dan tamat pada tahun 2019.

Penulis melanjutkan kembali pendidikan formalnya ke tingkat Sarjana (S1) pada salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Pekanbaru Provinsi Riau. Penulis memilih PTN yang terkenal dengan nama Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program Studi Ilmu Komunikasi. Selain menjalani aktivitas perkuliahan pada program studi tersebut, penulis juga mengikuti kegiatan aktif luar kampus yaitu bergabung dengan sebuah organisasi ZEVKY EO (Event Organizer).

- Hak Cipta © H. Salsita Fiana, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari penulis.
 2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari penulis.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.