

## STRATEGI PELIBATAN ALUMNI DALAM PROMOSI PESANTREN NURUL QUR'AN LOMBOK TENGAH

ENDANG RAHMAWATI DAN WENI ARIANA®

Universitas Muhammadiyah Mataram-Indonesia

Email: era.justmine@gmail.com

Email: weniariana@gmail.com

**Abstract:** Seeing the increasingly diverse competitiveness of Islamic boarding schools because the number of Islamic boarding schools continues to increase every year, for this reason, Nurul Quran Islamic Boarding School also has a strategy in promoting its Islamic boarding schools. This study aims to find out how the communication strategy of Islamic boarding schools in involving alumni to promote Nurul Quran Islamic boarding schools and what alumni do in promoting Islamic boarding schools. The approach used in this research is modern organizational communication theory and qualitative research methods with data collection techniques of observation, interviews and documentation. as for the subject of this research is the Organization of the Nurul Qur'an Islamic Boarding School. The results of this study indicate that the pesantren's communication strategy in involving alumni to promote the boarding school is to form Jami'ah or ILMINA management groups, Alumni maintain good relations with the pesantren, build good communication between alumni, create ILMINA social media accounts, participate in activities cottage. then the alumni in promoting the cottage, namely by following the social media accounts of the cottage and ILMINA administrators on the social media of each alumnus, holding special alumni events at the cottage and outside the cottage.

---

**Keywords:** Organizational Communication, Alumni, Promotion, Islamic Boarding School

**Abstrak:** Melihat daya saing pondok pesantren yang semakin beragam dikarenakan jumlah pesantren terus meningkat di setiap tahunnya, untuk itu ponpes Nurul Quran juga mempunyai strategi dalam mempromosikan pondok pesantrennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

bagaimana strategi komunikasi organisasi pesantren dalam melibatkan alumni untuk mempromosikan pondok pesantren nurul quran dan apa saja yang dilakukan oleh alumni dalam mempromosikan pondok pesantren. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi modern dan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun subjek penelitian ini adalah Organisasi Pondok pesantren Nurul Qur'an. dari hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi pesantren dalam melibatkan alumni untuk mempromosikan pondok adalah dengan membentuk Jami'ah atau kelompok pengurus ILMINA, Alumni menjaga hubungan baik dengan pihak pesantren, membangun komunikasi yang baik antar alumni, membuat akun media sosial ILMINA, ikut serta dalam kegiatan pondok. Kemudian alumni dalam mempromosikan pondok yakni dengan mengikuti akun media sosial pondok dan pengurus ILMINA di media sosial masing – masing alumni, mengadakan acara khusus alumni di pondok maupun di luar pondok.

---

**Kata Kunci:** Komunikasi Organisasi, Alumni, Promosi, Pondok Pesantren.

## A. Pendahuluan

Lembaga pesantren telah menjadi pusat kegiatan keagamaan yang siap menampung semua kalangan dari berbagai daerah dalam rangka menuntut ilmu agama dan pembinaan moral maupun akhlak yang menjadi prinsip bagi pembangunan bangsa yang religius.<sup>1</sup> Pondok pesantren yang dijadikan tempat untuk menuntut ilmu agama merupakan salah satu pilihan utama bagi sebagian orang tua yang ingin melihat anaknya tumbuh menjadi seseorang yang ahli Al- Qur'an maupun ahli dalam bidang ilmu agama. Nilai pokok yang selama ini berkembang dalam komunitas pesantren ialah fakta bahwa seluruh aktivitas keseharian di pesantren ialah bernilai ibadah.<sup>2</sup> Akan

---

<sup>1</sup> Mohammad Takdir, *Modernisasi Kurikulum Pesantren*, Yogyakarta: IRCiSoD: Yogyakarta, 2018, hlm. 33.

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm. 113

tetapi semakin berkembangnya zaman tentu membuat jumlah dan kualitas pondok pesantren bertambah di berbagai daerah khususnya di Lombok Tengah, sehingga setiap pondok pesantren harus memiliki ciri khas tersendiri untuk bisa menarik minat masyarakat.

Keberadaannya pun mulai diakui bisa membawa suatu perubahan yang besar bagi perkembangan dunia pendidikan. Sistem pembelajarannya yang lebih terfokus pada nilai-nilai agama mampu membuat para orang tua percaya untuk menitipkan anaknya di pondok pesantren. Inilah yang membedakannya dengan lembaga pendidikan lainnya yang hanya fokus pada aspek kehidupan dunia semata.

Kehadiran pesantren di tengah-tengah masyarakat tidak hanya sebagai lembaga pendidikan tetapi sebagai lembaga penyiara agama dan lembaga sosial keagamaan. Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan, pesantren dituntut untuk bisa menghasilkan alumni-alumni yang tidak hanya fasih dalam hal agama, namun juga dituntut untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan sekitar dan bisa mengikuti perkembangan teknologi yang menguasai berbagai aktivitas dan kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi, termasuk informasi dunia pendidikan yang semakin beragam. Kemudian berkaitan dengan kegiatan mempromosikan pondok pesantren, peran alumni juga sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas pondok di luar lingkup pesantren itu sendiri. Sehingga para alumni harus bisa membangun komunikasi yang baik dalam keterlibatannya untuk mempromosikan pondok pesantren. Tidak sedikit alumni justru lupa dengan perannya menjadi seorang alumni yang seharusnya mampu membawa nama baik pondok pesantren dan bisa membangun suatu hubungan yang baik dengan alumni lainnya.

Jadi dengan terbangunnya strategi komunikasi yang baik akan menjadi suatu perencanaan dalam penyampaian pesan melalui berbagai macam unsur komunikasi termasuk komunikasi organisasi ILMINA itu sendiri yaitu komunikator atau pengirim pesan, pesan itu sendiri dan target penerima pesan

atau komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami sehingga sesuai dengan tujuan utama.

Salah satu pondok pesantren yang ada di Lombok tengah adalah pesantren Nurul Qur'an Praya, pesantren ini didirikan pada tahun 2004. Pembinaanya bernama KH Sabarudin Abdurrahman M.Pd yang kemudian di bawah naungan pondok pesantren ini terdapat ikatan alumni dengan nama ikatan alumni nurul qur'an (ILMINA) yang didirikan atas dasar keinginan alumni yang juga didukung oleh pihak pesantren agar bisa ikut berkontribusi dalam berbagai kegiatan pondok, termasuk kegiatan mempromosikan pondok. Di setiap tahunnya jumlah alumni semakin bertambah dan peluang untuk bisa memajukan pondok semakin luas. Dan dengan bersatunya para-alumni untuk bisa menjalankan salah satu perannya untuk mempromosikan pondok di luar lingkup pesantren akan bisa lebih meningkatkan mutu dan kualitas yang dimiliki pesantren, dan jumlah santri pada setiap tahun ajaran baru bisa meningkat sehingga bisa lebih dikenal oleh masyarakat luar.

Selanjutnya dari adanya kegiatan promosi tersebut, peneliti akan menindaklanjuti penelitian ini secara mendalam lalu menjawab beberapa masalah: Pertama bagaimana strategi komunikasi organisasi pesantren dalam melibatkan alumni untuk mempromosikan pondok pesantren Nurul Quran? kedua apa saja yang dilakukan oleh alumni dalam mempromosikan pondok pesantren. Dari pertanyaan tersebut akan menimbulkan ide atau gagasan baru yang tepat untuk kemudian diterapkan dalam mencapai tujuan perubahan aktivitas kegiatan promosi yang lebih baik sehingga nantinya tulisan ini akan bermanfaat untuk kemajuan terhadap materi terkini mengenai komunikasi organisasi.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif kualitatif. Dimana penelitian akan menggambarkan dan menjelaskan kondisi yang

terjadi saat ini, sehingga dapat memudahkan pembaca dalam memahami hasil dari penelitian ini. Untuk mempermudah dalam penggalian data,<sup>3</sup> peneliti melakukan kegiatan wawancara pada pengurus alumni (ILMINA) pondok pesantren Nurul Qur'an tahun 2020 serta Pembina dan asatidz pondok pesantren. Penelitian ini juga menggunakan metode kajian pustaka artinya peneliti mengumpulkan komponen data – data terdiri dari teks tertulis seperti buku, artikel, jurnal dan berita. Dimana dengan menggunakan metode tersebut peneliti dapat menggunakan metode tersebut peneliti dapat mengetahui strategi komunikasi pondok pesantren dalam melibatkan alumni dalam mempromosikan pondok pesantren Nurul Qur'an.

Adapun data yang diperoleh memiliki 2 sumber data yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer ialah data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber atau informan.<sup>4</sup> Sumber data primer adalah sumber data tambahan yang di ambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat oleh orang lain, yakni berupa buku buku, dokumentasi pondok pesantren.

## **C. Pembahasan**

### **1. Strategi Komunikasi Organisasi Pesantren Nurul Qur'an**

Alumni merupakan bagian dari pondok pesantren yang juga berperan penting dalam perkembangan dunia pesantren, karena keberadaannya yang sudah tidak di lingkup pesantren membuat alumni harus bisa membuat suatu wadah atau organisasi yang bisa membangun suatu komunikasi yang baik agar bisa mencapai suatu visi misi bersama. Terlepas dari keberadaan alumni tersebut, pihak pesantren melibatkan alumni dalam mempromosikan pondok

---

<sup>3</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi cetakan ketigapuluhanam, Remaja Rosdakarya: Bandung, 2017, Hlm. 6.

<sup>4</sup> Deddy Mulyana dan Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, cetakan ketiga, Remaja Rosdakarya: Bandung, 2013, hlm. 5-6.

sehingga bisa memberikan ruang agar alumni bisa tetap menjalankan perannya dengan baik untuk kemajuan pondok. Alumni Nurul Qur'an atau yang lebih dikenal dengan nama ILMINA yang merupakan singkatan dari ikatan alumni Nurul Qur'an dalam mempromosikan pondok selalu berupaya untuk menjaga hubungan baik antar alumni maupun dengan pihak pesantren, termasuk komunikasi yang berlangsung antar alumni. Kegiatan mempromosikan pondok pesantren tidak hanya dilakukan oleh pihak pesantren itu sendiri, namun peran alumni juga tidak bisa dipisahkan dari segala bentuk kegiatan pesantren termasuk untuk mengembangkan dan meningkatkan minat masyarakat yang lebih luas. Strategi komunikasi organisasi pesantren dalam membantu mempromosikan pondok pesantren yakni dengan pendekatan komunikasi organisasi fusi untuk bisa lebih mengoptimalkan kinerja alumni untuk pondok.<sup>5</sup>

Perkembangan dan kemajuan pada pondok pesantren tidak bisa terlepas dari peran alumni yang juga banyak dikenal dan dilihat oleh masyarakat luar, tidak jarang alumni banyak berperan aktif di masyarakat setempat terutama dalam proses mengajar Al-Qur'an khususnya tilawatil Qur'an. Karena yang menjadi acuan masyarakat itu adalah Pembina Pondok Pesantren yang dikenal menjadi qori internasional dan tentu masyarakat itu menginginkan anaknya menjadi qori' maupun penghafal Al-Qur'an karena pondok pesantren juga dikenal dengan tempat pencetus para penghafal Al-Qur'an. Terbukti di setiap tiga tahun sekali diadakannya wisuda tahfiz dan setiap alumni juga memiliki hafalan yang berbeda-beda. Dari setiap kebiasaan baik yang diberikan oleh pesantren membuat alumni harus bisa menjaga nama baik pondok pesantren.

"Para santri dan alumni juga pasti udah tau bahwa Setiap santri akan menjadi alumni dan alumni akan tetap menjadi santri, ini cara kita meyakinkan

---

<sup>5</sup> Observasi ILMINA pada tanggal 10/11/2020 pada pukul 09.53 WITA.

bahwa kita ILMINA akan tetap menjadi santri yang baik karena kan baik buruknya seorang santri itu emang terlihat ketika ia sudah menjadi alumni”<sup>6</sup>

Dalam mempromosikan pondok pesantren Organisasi ILMINA di dukung penuh oleh pondok pesantren, seperti yang dikemukakan oleh ustadz Sofyan berikut ini:

“Dalam upaya mempromosikan pondok pesantren dan ingin membuat pondok semakin berkembang, para-alumni tidak hanya membangun strategi yang ada di lingkup Organisasi ILMINA saja, namun harus bisa mendapat dukungan dari pihak pondok dan asatidz juga, Karena dari pendekatan tersebut para-alumni bisa terjalin hubungan yang baik dengan Pembina maupun asatidz lainnya, lebih-lebih sesama santri maupun alumni. Hal tersebut tidak akan terlepas dari peran ya diberikan pondok pesantren kepada para-alumni agar apa yang diinginkan oleh pondok dan alumni berjalan sesuai keinginan dan visi misi yang ada.”<sup>7</sup>

“Strategi bagaimana mengkomunikasikan pondok pesantren kepada masyarakat dengan melibatkan alumni tentu yang pertama adalah membentuk jam”iyah atau kelompok pengurus alumni, yang ke dua setelah terbentuknya kepengurusan alumni ini, maka kelompok alumni inilah yang bergerak. Salah satu gerakannya adalah membentuk dan mendirikan majlis ilmu yang diselenggarakan sebulan sekali yakni pada hari ahad. Itu adalah sarana untuk menumbuh kembangkan semangat antar alumni, lalu kemudian pengajian tersebut dipublikasikan kepada masyarakat agar masyarakat tau perkembangan dan kegiatan dari pada alumni tersebut, melalui itu masyarakat akan lebih paham akan lebih tau bagaimana Nurul Qur’an melalui alumninya. Dan selama ini Alhamdulillah juga melalui gerakan-gerakan

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan ustadz Sofyan Tsauri pada tanggal 14/03/2021 pukul 11.34 WITA

<sup>7</sup> Wawancara dengan ustadz Sofyan Tsauri pada tanggal 14/03/2021 pukul 11.34 WITA

alumni baik yang secara terstruktur dari pondok maupun yang tidak terstruktur sangat bermanfaat terhadap masyarakat terkait dengan kondisi keberadaan dari pada pondok pesantren . Hal ini kalok terkait dengan komunikasi pondok kepada masyarakat melalui keberadaan alumni”<sup>8</sup>

Terbentuknya pengurus ILMINA memberikan dampak yang positif terhadap keberadaan pondok pesantren kepada masyarakat setempat, karena keberadaan mereka tidak hanya untuk membuat sebuah perkumpulan alumni semata, namun dari segi kegiatan yang diselenggarakan oleh alumni seperti kajian bulanan dan acara safari hafiah bisa membawa nama baik pondok pesantren yang kemudian dikenal oleh masyarakat luas. Seorang alumni yang baik tidak akan lupa dengan perannya sebagai alumni yang harus tetap menjaga nama baik pesantren dan berhubungan baik dengan pihak pesantren, terlebih pesantren yang sudah mengajarkannya banyak hal terutama ilmu agama, dan juga tetap hormat pada Pembina, ustadz dan guru lainnya. Dengan begitu pihak pesantren akan selalu memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan para-alumni termasuk dalam mempromosikan pondok pesantren. Hal ini dikemukakan oleh M. Alwi yang merupakan ketua ILMINA:

“Dalam kegiatan promosi, pesantren selalu memberikan dukungan kepada alumni yang juga ingin melihat pondok semakin berkembang. Dalam pendekatannya alumni tidak hanya fokus pada tujuan utama, namun juga tetap menjaga hubungan baik mulai dari asatidz sampe ke Pembina pondok agar terjalin hubungan yang baik kita guru dengan murid”<sup>9</sup>

Alumni selalu berupaya untuk hadir dalam berbagai acara yang diselenggarakan oleh pondok pesantren dan itu adalah salah satu bentuk

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Pembina pondok pada tanggal 21/02/2021 pukul 10.11 WITA

<sup>9</sup> Wawancara dengan ketua ILMINA paa tanggal 16/02/2021 pukul 10.40 WITA

kepedulian alumni terhadap pesantren. Sebagaimana yang dikatakan oleh ustd salim

“Setiap santri pasti akan menjadi alumni dan alumni akan tetap menjadi seorang santri”.<sup>10</sup>

Terlepas dari keberadaa alumni yang sudah tidak di pondok, pesantren memberikan imbauan agar para-alumni tetap menjalin komunikasi yang baik agar alumni tetap kompak Adapun komunikasi yang berlangsung antar alumni bisa secara langsung yakni berkomunikasi ketika ada acara alumni maupun rapat pengurus alumni, alumni juga berkomunikasi melalui media sebagai perantara. Jadi hubungan baik antar alumni tetap terjalin dan diupayakan selalu kompak untuk mencapai visi misi bersama demi perkembangan dan kemajuan pondok pesantren. Sebagaimana hasil wawancara dengan Yuli:

“Kita sebagai alumni juga selalu berupaya untuk menjaga hubungan baik antar alumni lainnya dengan membangun komunikasi yang baik agar tetap kompak. Makanya disetiap bulannya alumni selalu mengadakan rapat evaluasi buat mengetahui perkembangan pondok dari berbagai kegiatan yang sudah diadakan, alumni juga selalu mengontrol anggota alumni yang lain agar selalu ada waktu buat podok apalagi masih banyaknya alumni yang sibuk, apalagi yang cewek udah banyak yang nikah”.<sup>11</sup>

Dalam membangun suatu strategi, alumni tidak cukup dengan menjaga hubungan baik dengan pihak pesantren, namun komunikasi organisasi antar alumni juga sangat penting demi menjaga kekompakan untuk selalu mengabdikan ke pondok pesantren. Bentuk komunikasi alumni ini berlangsung secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media. Selain keterlibatan alumni dalam mempromosikan pondok dengan mengadakan acara khusus alumni, pondok pesantren juga

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan ustadz Salim pada tanggal 16/02/2021 pukul 17.00 WITA

<sup>11</sup> Wawancara dengan Yuliana Ilmi pada tanggal 19/02/2021 pukul 11.34 WITA.

memberikan ruang kepada alumni untuk tetap ikut dalam kegiatan pondok pesantren

“Terkait kegiatan, alumni tidak hanya fokus pada kegiatan khusus ke alumni itu sendiri, namun juga berperan aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pondok pesantren, seperti kegiatan dalam penyambutan santri baru, acara milad pondok pesantren, program Khidmah thalabah (PKT) dan kegiatan rutin dalam meyambut bulan suci ramadhan. Dalam hal ini alumni akan mengetahui perkembangan pondok pesantren, dan mudah untuk berbagi informasi masyarakat sekitar secara langsung maupun melalui media sosial”.<sup>12</sup>

“Dilihat dari kegiatan yang selama ini kita lakukan ya seperti pelatihan jurnalistik, kajian bulanan dan kegiatan safari hafiah ke setiap desa kayak gitu. Namun terlepas dari itu kita juga hadir di acara yang diselenggarakan oleh pondok pesantren seperti acara harlah pondok, perayaan hari besar Islam, penyambutan santri baru juga sebagian alumni hadir, kemudian kegiatan PKT juga alumni diikutsertakan untuk mendampingi santri.”<sup>13</sup>

## 2. Peran Alumni dalam Mempromosikan Pondok Pesantren Nurul Qur'an Praya Lombok Tengah

Dari Hasil Penelitian diketahui bahwa Alumni juga berperan aktif dalam mempromosikan pondok pesantren, alumni pondok pesantren melalui organisasi ILMINA melakukan kegiatan promosi dengan mengadakan suatu kegiatan, baik itu kegiatan di pondok pesantren maupun kegiatan diluar pondok pesantren agar keberadaan alumni bisa terlihat di masyarakat dan secara tidak langsung akan membuat masyarakat tertarik dan tau keberadaan pondok pesantren.

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan ustad Sofyan Tsauri pada tanggal 14/03/2021 pukul 11.24 WITA

<sup>13</sup> Wawancara dengan Widia Wati pada 25/03/2021 pukul 03.20 WITA

Dalam menyebarkan informasi tentang pondok pesantren yang merupakan bagian dari promosi ILMINA juga mengikuti perkembangan media yang banyak digunakan oleh masyarakat pada umumnya dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dengan begitu pengurus ILMINA membuat akun media sosial khusus dan mengikuti akun media sosial pondok serta merepost di akun alumni.

Hal ini sesuai dengan salah satu unsur-unsur komunikasi yaitu media, yang merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Agar pesan yang disampaikan komunikator sampai pada komunikan, dibutuhkan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi lebih identik dengan alat untuk menyampaikan.<sup>14</sup>

Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi.

Di era modern yang sangat mempermudah seseorang untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi seperti sekarang ini membuat pengurus ILMINA dan pihak pesantren membuat berbagai macam akun media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram, youtube dan website agar keberadaannya mudah dijangkau. Terlepas dari itu alumni yang merupakan bagian dari pondok pesantren juga mengikuti akun media sosial pondok pesantren dan juga me-repost di akun media ILMINA dan akun masing-masing alumni agar proses promosi pondok lebih meluas.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gunelius, tujuan promosi melalui media sosial yakni sebagai berikut: Membangun Hubungan, Membangun Merk, Publisitas, Promosi, dan Riset Pasar.

---

<sup>14</sup> Nurani Soyomukti, *Pengantar Komunikasi*, Ar-ruzz Media, Rajawali Pers: Jakarta, 2007, Hlm. 62.

Kegiatan promosi menggunakan media sosial akan lebih memaksimalkan alumni dalam menyebarkan informasi tentang pondok pesantren dan juga bisa menghemat waktu dan tenaga. Sebagaimana yang dikatakan oleh ustad sofyon tsauri tentang media sosial yang digunakan oleh alumni. Dalam kegiatan promosi tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga melalui media. Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima dan itu merupakan bentuk dukungan alumni buat pesantren.

Adapun berbagai akun media sosial ILMINA antara lain:

a). Facebook

Facebook merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sangat populer di dunia serta menjadi situs penting di berbagai Negara. Termasuk para alumni Nurul Qur'an yang juga membuat akun facebook ILMINA dengan nama: ILMINA Ponpes Nurul Qur'an, akun ini berisi berita atau informasi tentang berbagai macam kegiatan ILMINA terutama dalam mempromosikan pondok pesantren dengan cara membagikan informasi tentang pondok pesantren atau melakukan siaran langsung ketika diadakan acara di pondok pesantren, serta menyebarkan brosur, foto kegiatan serta video.

b). Twitter

Twitter merupakan salah satu jenis situs jejaring sosial yang populer di dunia saat ini. Twitter sendiri adalah jejaring sosial dan micro-blogging yang memfasilitasi penggunaannya dapat memperbaharui atau memberikan update informasi tentang pengguna, bisnis, organisasi, dan lain sebagainya. Nama twitter ILMINA yaitu *ilmina\_official*, adapun kegiatan promosi alumni yakni tetap menyebarkan kegiatan pondok pesantren terutama acara-acara besar seperti harlah pondok, wisuda akbar, halal bi halal, penyambutan santri baru dan acara lainnya agar diketahui oleh pengguna lainnya.

c). Instagram

Sama halnya dengan facebook dan twitter, Instagram merupakan salah satu situs jejaring sosial yang juga populer di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2014 pengguna instagram cukup tinggi yaitu mencapai 200 juta pengguna, dengan jumlah foto yang telah terunggah sebanyak 20 milyar foto.

Adapun nama instagram ILMINA yaitu: Ilmina\_official, bentuk promosinya sama halnya dengan jenis media lainnya seperti facebook, twitter maupun whatsapp yakni dengan mempublikasikan informasi pondok maupun kegiatan ILMINA dalam bentuk gambar maupun video dan melakukan siaran langsung.

d). Whatsapp

Aplikasi pesan untuk smartphone dengan basic mirip Blackberry Messenger. Adapun bentuk promosinya seperti membagikan informasi pondok melalui stori masing-masing alumni yang berupa kata-kata, gambar, video maupun link-link yang bisa dikunjungi.<sup>15</sup>

## D. Kesimpulan

Strategi komunikasi organisasi pesantren dalam melibatkan alumni dalam mempromosikan pondok pesantren Nurul Qur'an, adalah membentuk jami'ah atau kelompok pengurus ILMINA, Menjaga hubungan baik dengan pihak pesantren, yakni dengan cara berpartisipasi dalam berbagai kegiatan pondok, Membangun komunikasi yang baik antar alumni, Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi langsung ketika bertemu dalam berbagai agenda pondok maupun agenda khusus alumni dan tidak langsung.

---

<sup>15</sup> Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, Manajemen Komunikasi dan Pemasaran, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 191-192.

Kegiatan yang dilakukan oleh alumni dalam mempromosikan pondok yakni dengan membuat akun media sosial seperti facebook: ILMINA Pondok Pesantren Nurul Qur'an, instagram: ilmina-official, twitter: ilmina-official maupun chanel youtube pondok pesantren yang dipegang oleh alumni : sabarudin Lombok official, Mengadakan acara khusus alumni di pondok maupun di luar pondok seperti kaji bulanan, reoni akbar sekaligus acara Istihlal bi Ihlal yang diadakan di pondok dan kegiatan safari hafiah yang diadakan di luar pondok serta safari Ramadhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2014). *Ilmu Komunikasi Edisi Kedua cetakan kelimabelas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi cetakan ketigapuluh enam*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2005) *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*, cetakan ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Ramly, Khomsahrial. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Soyomukti, Nurani. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Uchjana Effendy, Onong. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- West, Richart dan H. Turner, Lynn. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Yin, Robert K. (2015). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.