



Strategi Public Relations dalam Membangun Citra dalam Membangun Citra Organisasi (Studi Deskriptif pada Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII))

Arifah

Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
E-mail: arifahrahmadian@gmail.com

Submission: 8th,
February, 2022

Revised: 27th,
April, 2022

Published: 15th
June, 2022

Abstract

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) requires a positive image to be more accepted and believed by the people of Indonesia, especially adherents of Islam, due to the stigmatization of heresy inherent in LDII. With a positive image of the community do not have to worry anymore about the teachings of Islam spread by LDII so it can be accepted by all Indonesian people as other Islam community/ mass organizations. Image of LDII has not been positive because there are still negative news on the internet. Therefore, to form a positive image of LDII, public relations need the public relations strategy. The purpose of this study is to know and describe the public relations strategy used by public relations in building a positive image. This study uses image theory to find out the image of LDII, public relations theory and public relations strategy in building the image of the organization. The methodology of this research is descriptive analysis and presentation of data done with qualitative. The results of this research known that the public relations strategy used public relations of LDII in shaping a positive image is with seven public relations strategies namely publication; Event; Creating news; Community involvement; Inform or images; Lobbying or negotiation; As well as social responsibility. All of these strategies succeeded in making LDII's image positive and LDII has been accepted by the people of Indonesia.

Keywords: LDII, Image, Public Relations Strategy

Abstrak

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) membutuhkan citra positif untuk dapat lebih diterima dan diyakini oleh masyarakat Indonesia, terutama pemeluk Agama Islam, dikarenakan stigmatisasi ajaran sesat yang melekat di tubuh LDII. Dengan citra yang positif masyarakat tidak perlu khawatir lagi akan ajaran Islam yang disebarkan oleh LDII sehingga dapat diterima seluruh masyarakat Indonesia sebagaimana organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam lainnya. Citra LDII belum positif dilihat dari masih banyaknya pemberitaan negatif di internet. Oleh karena itu, untuk membentuk citra positif humas LDII melakukan strategi public relations. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta mendeskripsikan strategi public relations yang digunakan humas LDII dalam membangun citra positif. Metode penelitian ini adalah studi analisis deskriptif dan penyajian data dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi public relations yang digunakan humas LDII dalam membentuk citra positif adalah dengan tujuh strategi public relations yakni Publikasi; Penyusunan program acara; Menciptakan berita; Kepedulian kepada komunitas; Memberitahu dan meraih citra; Lobi dan negosiasi; Serta tanggungjawab sosial. Kesemua strategi tersebut berhasil membuat citra LDII menjadi positif dan LDII telah diterima oleh masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: LDII, Citra, Strategi Public Relations

Pendahuluan

Islam adalah agama mayoritas dunia, sedangkan Indonesia merupakan negara dengan penganut Islam terbanyak di dunia. Jumlah penduduk muslim yang mencapai 85 persen mendukung lahirnya banyak organisasi masyarakat (ormas) Islam di negeri ini¹ dan salah satunya adalah Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII). LDII didirikan pada tanggal 3 Januari 1972 di Surabaya dengan nama Yayasan Karyawan Islam (YAKARI). Pada musyawarah besar 1981 YAKARI sempat berubah nama menjadi LEMKARI, tetapi pada tahun 1990 nama itu berubah menjadi LDII hingga sekarang.

LDII pernah dipandang sebagai ormas Islam beraliran sesat. Paham yang dianut oleh LDII disinyalir sebagai paham aliran Islam Jama'ah. Sedangkan, aliran Islam Jama'ah telah dilarang oleh Jaksa Agung Republik Indonesia pada tahun 1971 (SK Jaksa Agung RI No. Kep-089/D.A/10/1971 tanggal 29 Oktober 1971) karena dianggap bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang bersumber dari kitab suci Alquran dan Sunnah Rosullullah SAW.

Dalam artikel online berjudul Laporan Khusus Bukti-Bukti Kesesatan Jama'ah LDII, disebutkan beberapa alasan LDII disebut sesat dan condong kepada ajaran-ajaran Islam Jama'ah, antara lain: menganggap kafir orang muslim di luar jama'ah LDII; menganggap najis muslim lainnya di luar jama'ah LDII; serta menganggap sholat orang muslim selain LDII tidak sah, sehingga orang LDII tidak mau *makmum* (berimam sholat) kepada selain golongannya.²

Masyarakat Indonesia khususnya yang beragama Islam memercayai bahwa LDII adalah generasi penerus dari aliran Islam Jama'ah tersebut. Namun kenyataannya, LDII bukan penerus/ kelanjutan dari gerakan Islam Jama'ah serta tidak menggunakan ataupun mengajarkan hal-hal seperti ajaran Islam Jama'ah. Bahkan sebenarnya LDII bersama-sama ormas lainnya seperti Majelis Dakwah Islamiyah (MDI) bertugas untuk membina dan meluruskan orang-orang yang masih memiliki paham Islam Jama'ah ke arah paham yang dimiliki umat Islam pada umumnya.³

Tantangan para pimpinan ormas Islam di Indonesia, seperti halnya LDII, adalah menjaga agar mayoritas masyarakat tidak mempunyai persepsi salah yang dapat menimbulkan citra negatif terhadap organisasi mereka. Citra negatif sangat merugikan organisasi karena hal ini, baik secara langsung dan tidak langsung, akan memengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap organisasi tersebut. Untuk mendukung keberlangsungan organisasi mereka, pimpinan maupun komunikator yang berfungsi sebagai penghubung antara anggota organisasi dengan masyarakat umum perlu mengupayakan agar persepsi masyarakat tidak jauh menyimpang dari apa yang diharapkan.

¹ www.aktualita.com diakses 20 Oktober 2022

² www.islamedia.id diakses, 20 Oktober 2022

³ Setiawan, H., Robi, N., & Muchson, A. 2008. *After New Paradigm: Catatan Para Ulama Tentang LDII*. Jakarta: Pusat Studi Islam Madani Institute.

Sebagai tanggapan atas isu-isu yang menodai citra mereka, LDII meminta audiensi ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat untuk mensosialisasikan bahwa mereka bukanlah penerus dari ajaran Islam Jama'ah. Menurut Benoit, apabila organisasi mengalami masalah terhadap citra organisasinya, maka komunikator akan berupaya maksimal atau termotivasi untuk mengembalikan nama baik atau citranya ke tingkat yang diharapkan⁴. Oleh karena itu, selain kepada MUI, LDII juga secara aktif berupaya menepis isu yang beredar di tengah masyarakat tersebut. Salah satunya, melalui pimpinan LDII yang mengatakan bahwa andaikata ada yang menerapkan dan menjalankan paham-paham Islam Jama'ah, maka kepada mereka diminta untuk keluar dan dianggap bukan warga LDII.

Para ulama, *zu'ama* (pemimpin), dan cendekiawan muslim MUI bersama-sama melakukan penelitian dan penyelidikan mendalam terhadap LDII dari tingkat pusat ke tingkat daerah. Pada Senin 4 September 2006, Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa surat keputusan No. 03/Kep/KF-MUI/IX.2006 kepada Lembaga Dakwah Islam Indonesia sebagai hasil dari audensi dan rangkaian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Surat tersebut menyatakan bahwa LDII tidak menyebarkan ajaran Islam Jama'ah sekaligus mengukuhkan keberadaan LDII sebagai salah satu ormas Islam yang diterima di Indonesia. Paradigma baru yang dianut LDII menegaskan bahwa LDII tidak menggunakan ajaran Islam Jama'ah sebagai satu landasan. Oleh karena itu, KH Ma'ruf Amin selaku Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Pusat, menegaskan bahwa LDII harus mampu menindak jama'ahnya yang tidak mau melakukan perubahan.⁵

Pada tahun 2007 Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa tentang kriteria aliran sesat. Berdasarkan Keputusan MUI tentang Pedoman Identifikasi Aliran Sesat tanggal 25 Syawal 1428/6 November 2007 terdapat 10 kriteria aliran sesat.⁶ Sedangkan, dari 10 kriteria tersebut, tidak ada satupun yang dikerjakan oleh warga LDII. Pengurus LDII dari pusat hingga pengurus anak cabang justru mendukung penetapan kriteria aliran sesat tersebut.⁷

LDII telah berusaha memperbaiki citra organisasi mereka sehingga saat ini LDII sudah diterima oleh masyarakat Indonesia dan beberapa pengurus LDII sekarang ini masuk ke dalam jajaran kepengurusan MUI dan stigmatisasi ajaran sesat sebagai penerus Islam Jama'ah pun telah hilang. Bahkan saat ini Jama'ah LDII semakin berkembang pesat dengan merambahnya gerakan dakwah ini sampai ke manca negara seperti Malaysia, Singapura, Australia, Amerika, Eropa bahkan sampai ke Saudi Arabia, terutama Mekkah. Di Indonesia sendiri LDII sudah menyebar di 33 provinsi, 302 Kabupaten dan Kota, 1637 PC (setingkat kecamatan) dan 4500 PAC (setingkat desa/kelurahan) seluruh Indonesia. Jumlah jama'ah LDII juga mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Menurut catatan Departemen

⁴ Benoit, William L. 1997. Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*. Vol.23 No.2. Hal: 179.

⁵ Setiawan, H., Robi, N., & Muchson, A. 2008. *After New Paradigm: Catatan Para Ulama Tentang LDII*. Jakarta: Pusat Studi Islam Madani Institute.

⁶ www.jabar.ldii.or.id diakses 19 September 2022

⁷ www.ldii.or.id diakses 19 September 2022

Agama pada tahun 1989 jumlah Jama'ah LDII mencapai 30 juta orang.⁸ Semua ini merupakan bukti kesuksesan LDII dalam membangun citra organisasi mereka.

Meskipun demikian, stigma negatif terhadap LDII tidak berhenti begitu saja. Tidak mudah bagi LDII untuk memulihkan citra organisasi mereka yang sebelumnya pernah diisukan sebagai generasi penerus Islam Jama'ah. Menyadari masalah ini, pihak humas terus mengupayakan strategi komunikasi untuk meyakinkan seluruh masyarakat Indonesia, terutama umat Islam, bahwa LDII merupakan organisasi yang mengikuti landasan keagamaan seperti yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Perjalanan panjang LDII dalam membangun citra positif sebagai ormas Islam yang diakui, baik oleh MUI maupun oleh masyarakat Indonesia, merupakan sebuah contoh nyata keberhasilan strategi komunikasi organisasi. Strategi *public relations* yang dilakukan Humas LDII untuk menangkal stigma negatif yang melekat pada organisasi tersebut, hingga dewasa ini keberadaan LDII kian berkembang dan kokoh juga patut dikaji secara lebih dalam. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti mengenai strategi yang dilakukan LDII dalam membangun citra positif organisasi.

Sejarah Lembaga Dakwah Islam Indonesia

Sejak berdirinya organisasi kemasyarakatan bernama Lembaga Dakwah Islam Indonesia, tidak pernah lepas pula dari sejarah hadirnya kelompok ajaran Islam bernama Islam Jama'ah atau Darul Hadist. Hal ini dikarenakan akar ideologi LDII adalah Islam Jama'ah. Kelompok Islam Jama'ah telah dilarang oleh Jaksa Agung Republik Indonesia pada tahun 1971 dikarenakan ajaran mereka bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang bertolakbelakang dari kitab suci Alquran dan Sunnah Rosullullah SAW. Oleh sebab itu, kehadiran LDII yang dicurigai merupakan kelanjutan dari ideologi Islam Jama'ah ini menyebabkan tercorengnya citra LDII di mata masyarakat.

Kontroversi yang terjadi dalam tubuh LDII di antara kelompok keagamaan lainnya adalah penggunaan konsep *jama'ah*. Konsep tersebut mengakibatkan LDII memilih jalan yang eksklusif, bahkan menafikan keislaman kelompok lain, sebagai contoh pelaksanaan sholat harus dipimpin oleh orang yang hanya berasal dari kelompoknya. Di antara mereka juga berkembang anggapan bahwa orang yang bukan kelompoknya dianggap najis, sehingga setelah orang tersebut masuk masjid, masjid itu harus dicuci atau dipel lantainya. Mengiringi doktrin *jama'ah* terdapat pula konsep *baiat* dan *imamah*, yaitu adanya sistem *baiat* oleh seorang pemimpin supaya seseorang bisa menjadi anggota. *Baiat* ini juga sebagai jalan keselamatan atau jalan untuk masuk surga. Doktrin tersebut terkenal di kalangan *Islam Jama'ah*, misalnya: "Barang siapa yang tidak mengikuti ikrar kesetiaan kepada imam, mereka belumlah menjadi muslim; selain itu, *jama'ah* yang sah yang diakui hanyalah satu, yaitu *jama'ah* yang melakukan ikrar kesetiaan terhadap imam mereka yang bergelar *amirul mukminin*."

⁸ www.ldiisurabaya.org diakses 10 Oktober 2022

Doktrin berikutnya yang kontroversial ialah doktrin *manqul*, yakni transmisi ilmu pengetahuan yang bersumber dari Al Quran dan Sunnah Rasulullah yang diajarkan langsung dari guru ke murid baik bacaan, makna (diterjemahkan secara harfiah), dan keterangan dan untuk bacaan Al Quran memakai ketentuan tajwid. LDII menggunakan metode pengajian tradisional ini adalah sama seperti guru-guru yang berasal dari beberapa alumni pondok pesantren kenamaan, seperti Pondok Pesantren Gontor di Ponorogo, Tebu Ireng di Jombang, Kebarongan di Banyuwangi, Langitan di Tuban dan lain-lain. Mereka bersama-sama mempelajari ataupun bermusyawarah beberapa waktu terlebih dahulu sebelum menyampaikan pelajaran dari Al Quran dan Hadis kepada para jama'ah pengajian rutin atau kepada para santriwan dan santriwati di pondok-pondok LDII, untuk menjaga supaya tidak terjadi kekeliruan dalam memberikan penjelasan tentang pemahaman Al Quran dan Hadist.

Beberapa kali LDII mendapatkan serangan dari lembaga keagamaan lain karena tidak bisa lepas dari doktrin Islam Jama'ah atau Darul Hadist yang ditolak oleh umat Islam di Indonesia, khususnya MUI yang mengeluarkan fatwa mengenai sesatnya LDII dan masyarakat yang menganggapnya sebagai sempalan. Implikasi sosiologis yang harus ditanggung oleh para pengikut LDII adalah mereka mendapat perlakuan yang tidak menyenangkan di berbagai daerah. Namun, LDII tetap survive sampai saat ini, bahkan semakin kokoh dan solid di tengah berbagai terpaan di sepanjang kurun zaman yang dilaluinya.

Semakin kerap mendapatkan cercaan, LDII justru semakin masif dalam menyebarkan sayap-sayap gerakannya di berbagai daerah. Terbukti dengan merambahnya gerakan dakwah ini sampai ke manca negara seperti Malaysia, Singapura, Australia, Amerika, Eropa bahkan sampai ke Saudi Arabia terutama Mekkah. Di Indonesia sendiri LDII sudah ada di 33 provinsi dan semakin meningkatnya jumlah Pengurus Anak Cabang (PAC), Pengurus Cabang (PC) atau setingkat kecamatan hingga Dewan Pengurus Daerah (DPD) di tingkat kabupaten maupun kota di berbagai wilayah di Indonesia. Sebagai gambaran, pada Rakernas I tahun 2000 dilaporkan bahwa jumlah DPD Provinsi sebanyak 30, DPD Kabupaten/Kota 245, PC 1.462, serta PAC 2.942. Secara keseluruhan, terutama di tingkat PAC, kenaikannya mencapai 15–20% dari dua tahun sebelumnya, yakni pada Munas ke-5 LDII tahun 1998 yang pada saat itu sebanyak 4.500 dengan kenaikan 50%.⁹

Sejarah perkembangan LDII di Indonesia telah mengalami proses yang panjang, dari suatu komunitas menjelma menjadi suatu organisasi. Lembaga Dakwah Islam Indonesia telah melakukan transformasi dari komunitas yang tertutup menjadi yang terbuka. Hingga kini LDII mampu mempertahankan doktrin dan identitas keagamaan serta jati diri organisasinya. Simbol-simbol LDII semakin mudah ditemui, misalnya pada rambu-rambu jalan yang menunjukkan keberadaan komunitas LDII. Selain itu, persebaran kader-kader LDII telah pula merambah berbagai tempat. Ketahanan LDII pun terlihat dari keberadaan kantor pusatnya di kawasan elit di bilangan Jakarta Selatan. Tidak hanya di Jakarta saja, kini LDII telah berhasil melebarkan sayap dakwahnya di seluruh Indonesia bahkan manca

⁹ www.ldiisurabaya.org diakses 11 September 2022

negara. Identitas dan simbol di atas meyakinkan LDII untuk tetap eksis dengan kekhasannya sebagai bentuk ekspresi keyakinan yang telah mendorong pemahaman masyarakat dan negara untuk menghormati keyakinan yang berbeda, serta mendukung kehidupan yang tenang dan bersahabat dalam suatu masyarakat yang plural.

Strategi *Public Relations* LDII Membangun Citra

Seperti tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta mendeskripsikan strategi *public relations* yang dilakukan LDII dalam membangun citra positif, maka di sini peneliti menjelaskan program-program *public relations* yang dilakukan oleh LDII. Penelitian ini hanya berfokus pada hal tersebut, tanpa harus melakukan pengukuran terhadap keberhasilan dari strategi membangun citra tersebut. Adapun yang dimaksud dari citra positif atau citra yang diharapkan ialah LDII dapat diterima seluruh lapisan masyarakat, terutama masyarakat yang beragama Islam di seluruh tanah air Indonesia. Program-program yang merupakan strategi *public relations* LDII yang telah dilakukan dan masih berjalan hingga saat ini serta terus dilakukan evaluasi adalah strategi guna mencapai citra positif.

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) membutuhkan citra positif untuk dapat lebih diterima dan diyakini oleh masyarakat Indonesia, terutama pemeluk Agama Islam. Dengan citra yang positif masyarakat tidak perlu khawatir lagi akan ajaran Islam yang disebarkan oleh LDII sehingga dapat diterima seluruh masyarakat Indonesia sebagaimana organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam lainnya. Oleh karena itu untuk membangun citra positif, LDII melakukan beberapa langkah. Kegiatan atau program-program LDII yang telah dijalankan dan masih berlangsung hingga saat ini merupakan langkah strategi *public relations* agar citra positif dapat diraih.

Oleh karena membangun citra positif merupakan kebutuhan setiap organisasi, maka upaya tersebut harus terus diperjuangkan hingga reputasi organisasi tercapai sesuai yang diharapkan. Citra tidak bisa direayasa, artinya citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan organisasi merupakan salah satu faktor utama untuk mendapat citra yang positif.

Upaya membangun citra tidak bisa dilakukan secara serampangan pada saat tertentu saja tetapi merupakan suatu proses yang panjang. Organisasi yang memiliki citra positif pada umumnya berhasil membangun citranya setelah belajar banyak dari pengalaman. Mereka berupaya untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang dilakukan pada masa lampau. Menegakkan citra organisasi yang positif di hadapan masyarakat, bagi LDII bukan hanya tugas dan tanggung jawab pemimpin atau sebagian dari divisi tertentu saja. Melainkan ini adalah kewajiban bagi semua anggota LDII, dimana saja berada. Setiap anggota menyadari bahwa segala tingkah laku perbuatan serta tutur katanya merepresentasikan LDII.

Dalam upaya membangun citra baik, LDII menyadari betapa pentingnya penyebaran informasi di media sosial dan internet. Arus informasi dengan kecanggihan teknologi dewasa ini memaksa divisi media dan komunikasi LDII segera bergerak dalam menampilkan

berita-berita positif. Hal ini dilakukan karena masih cukup banyaknya berita kontroversial, isu-isu negatif seputaran kesesatan mereka yang belum juga hilang. Salah satu strategi menghilangkan berita miring tersebut, LDII menyeimbangkannya dengan memperbanyak *posting* informasi yang benar agar masyarakat juga mendapatkan informasi yang seimbang. Hal ini sesuai dengan strategi PR dalam publikasi dan menciptakan berita.

Strategi *public relations* lainnya yang juga dijalankan oleh LDII terkait dalam membangun citra positif adalah menyusun serangkaian program acara antara lain menyelenggarakan lomba menghafal Alquran, mengadakan pengajian rutin, serta bekerja sama dengan Cinta Alam Indonesia dalam menyelenggarakan kegiatan perkemahan dan lingkungan hidup. Selain itu juga, LDII meningkatkan mutu kualitas, kuantitas para Mublig dan Mubalighot, Da’i dan Da’iyat agar mampu menyampaikan agama Islam kepada berbagai lapisan masyarakat di seluruh pelosok tanah air, yang mana ini termasuk ke dalam strategi *community involvement*.

Tidak hanya itu saja, LDII juga menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun lembaga lainnya serta dengan tokoh masyarakat setempat sesuai dengan tingkat organisasinya. Meningkatkan kepedulian sosial dan pengentasan kemiskinan dalam bentuk bazar sembako murah dan program dana bergulir dan pelatihan untuk para duafa, membuat lembaga pendidikan panti asuhan untuk yatim piatu, jompo dan orang miskin, melaksanakan bakti sosial tanpa membedakan suku, agama, adat istiadat serta menyelenggarakan pembangunan tempat-tempat ibadah. Kesemuanya itu adalah upaya strategi yang dijalankan LDII dalam membangun citra positif di mata masyarakat Indonesia, terkhusus masyarakat yang memeluk agama Islam.

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) membutuhkan citra positif untuk dapat lebih diterima dan diyakini oleh masyarakat Indonesia, terutama pemeluk agama Islam. Respons dari citra positif itu sendiri adalah masyarakat yang bukan anggota organisasi tersebut tidak merasa khawatir, risau, ataupun takut akan ajaran yang disebarkan oleh LDII. Masyarakat juga tidak menunjukkan sikap menjauhi, mencurigai, dan menghujat baik anggota maupun identitas organisasi LDII itu sendiri. Pada intinya, sejak awal berdirinya, sebagai organisasi kemasyarakatan yang “memiliki wawasan untuk selalu mendahulukan kepentingan bangsa, persatuan dan kesatuan bangsa dan integritas nasional” (pernyataan dalam *website* resmi atas pertanyaan terkait pandangan LDII terhadap wawasan kebangsaan), LDII berupaya agar kehadirannya diterima dengan tangan terbuka oleh masyarakat Indonesia sebagaimana organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam lainnya. LDII ingin menunjukkan bahwa organisasi mereka tidak menyebarkan ataupun menganut paham sesat dan bahwa anggota mereka tidak menistakan umat Islam yang bukan anggota LDII. Oleh karena itu, untuk membangun dan mengembangkan citra positif tersebut, LDII melakukan program-program nyata.

Penulis merangkum dan menggolongkan berbagai kegiatan hubungan masyarakat yang telah dan masih dilaksanakan pihak LDII ke dalam tujuh strategi *public relations* sebagai perwujudan langkah-langkah strategis LDII untuk membangun, memperbaiki, dan mempertahankan citra positif tersebut. Indikator terbentuknya citra positif yang

diinginkan LDII adalah pengakuan dan penerimaan dari seluruh lapisan masyarakat, terutama masyarakat yang beragama Islam di seluruh tanah air Indonesia, dari tingkat organisasi masyarakat hingga tingkat individu. Oleh karena itu, program-program tersebut tidak mungkin terlepas dari keterlibatan instansi pemerintah, ormas-ormas Islam lain, serta masyarakat luas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Program-program tersebut terangkum dalam tabel berikut ini.

Table 1. Program-program Strategi Public Relations LDII

No.	Strategi	Program – Program	Progres Pelaksanaan
1.	Publications (Publikasi)	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan informasi mengenai organisasi secara <i>online</i> melalui media internet sehingga perangkat organisasi (AD, ART, Program, Pengurus) dan informasi lainnya dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat global 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilakukan publikasi di internet yang dapat diakses melalui www.ldii.or.id dengan materi sesuai dengan program.
		<ul style="list-style-type: none"> Publikasi melalui radio swasta nasional P2SC pada frekuensi AM 	<ul style="list-style-type: none"> Di Jakarta Timur telah ada sejak tahun 2001, namun tidak berlanjut
		<ul style="list-style-type: none"> Publikasi melalui TV online kegiatan LDII dan tayangan edukatif bernuansa Islami 	<ul style="list-style-type: none"> Bebas diakses melalui situs ldii.tv dan YouTube
2.	Event (Penyusunan Program Acara)	<ul style="list-style-type: none"> Menyelenggarakan program-program pelatihan yang bersifat umum dalam rangka pembekalan dan perluasan wawasan kader organisasi. 	<ul style="list-style-type: none"> Dilakukan setahun sekali. Intensitasnya rutin dan ada kurikulum yang jelas.
		<ul style="list-style-type: none"> Mengadakan pembinaan generasi muda melalui kegiatan keagamaan seperti pengajian rutin remaja dan penyuluhan tentang narkoba. 	<ul style="list-style-type: none"> Pengajian rutin remaja telah diadakan sejak tahun 2001 hingga saat ini.
		<ul style="list-style-type: none"> Bekerja sama dengan CAI menyelenggarakan kegiatan perkemahan dan lingkungan hidup 	<ul style="list-style-type: none"> CAI sudah merupakan kegiatan rutin tahunan.
		<ul style="list-style-type: none"> Menyelenggarakan lomba menghafal Alquran. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilakukan di Pondok Gede, Jakarta Timur.

3.	News (Menciptakan Berita)	<ul style="list-style-type: none"> Menerbitkan majalah “Nuansa Persada” baik secara berkala melalui media cetak maupun secara <i>online</i> melalui media internet sebagai media publikasi organisasi terhadap masyarakat umum, sekaligus sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan anggota organisasi. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah diterbitkan sejak tahun 2001 hingga saat ini. Telah diterbitkan secara berkala setiap 2 bulan sekali dan saat ini Nuansa Persada sudah dapat diakses melalui situs internet: www.nuansaonline.net.
4.	Community Involvement (Kepedulian kepada Komunitas)	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan pendidikan di pondok-pondok pesantren, masjid-masjid sebagai upaya melayani kebutuhan umat Islam dalam pemahaman agama di seluruh pelosok tanah air. 	<ul style="list-style-type: none"> Sudah berjalan sampai tingkat PAC.
		<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan mutu kualitas, kuantitas para Mublig dan Mubalighot, Da’i dan Da’iyat agar mampu menyampaikan agama Islam kepada berbagai lapisan masyarakat di seluruh pelosok tanah air. 	<ul style="list-style-type: none"> Dilaksanakan kerja sama Pelatihan Dakwah dengan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Sudah dilaksanakan 3 angkatan sebanyak 213 orang.
		<ul style="list-style-type: none"> Memberikan pelajaran agama Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadist kepada masyarakat tanpa memandang umur, tingkatan, kedudukan, kesukaan dalam usaha mewujudkan manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. 	<ul style="list-style-type: none"> Sudah berjalan sampai tingkat PAC (Pimpinan Anak Cabang)
5.	Inform or Image (Memberitahukan dan Meraih Citra)	<ul style="list-style-type: none"> Menginformasikan seluruh kegiatan LDII dari tingkat pusat sampai anak cabang melalui media sosial dan <i>website</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dan terus di-<i>update</i> di <i>website</i> dan media sosial, seperti <i>Facebook, Instagram, Twitter</i>.
6.	Lobby and Negotiation (Pendekatan dan Negosiasi)	<ul style="list-style-type: none"> Menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun lembaga lainnya sesuai dengan tingkat organisasinya. Menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dengan 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilakukan audiensi dengan MUI, ICMI dan dengan tokoh-tokoh masyarakat, pembuat opini publik, intelektual maupun instansi/lembaga

		organisasi-organisasi masyarakat lainnya, serta dengan tokoh masyarakat setempat.	sektor swasta lainnya yang dinilai strategis dan memberikan manfaat.
7.	Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan kepedulian sosial dan pengentasan kemiskinan dalam bentuk bazar sembako murah dan program dana bergulir dan pelatihan untuk para duafa. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilaksanakan di DPD Provinsi setahun 2 kali atau 2 kegiatan.
		<ul style="list-style-type: none"> Melaksanakan bakti sosial tanpa membedakan suku, agama, adat istiadat. 	<ul style="list-style-type: none"> Belum terlaksana secara merata di tiap DPD Provinsi maupun DPD Kota/ Kabupaten.
		<ul style="list-style-type: none"> Membuat lembaga pendidikan panti asuhan untuk yatim piatu, jompo dan orang miskin 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilaksanakan antara lain oleh DPD Kota Jakarta Pusat dengan membuat Yayasan Fatahillah dan mendirikan TK.
		<ul style="list-style-type: none"> Mengembangkan koperasi, Usaha Bersama (UB) di lingkungan pondok pesantren dan pusat kegiatan LDII. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dibentuk UB-UB di tingkat PC seluruh Indonesia.
		<ul style="list-style-type: none"> Menyelenggarakan pembangunan tempat-tempat ibadah. 	<ul style="list-style-type: none"> Telah dilaksanakan dari DPP sampai dengan di tingkat PAC.

Sumber : hasil olahan peneliti

Kesimpulan

Lembaga Dakwah Islam Indonesia telah berhasil mengubah citra negatif yang melekat pada organisasi mereka dengan menerapkan tujuh strategi *public relations*, yaitu *publications* (publikasi), *event* (penyusunan program acara), *news* (menciptakan berita), *community involvement* (kepedulian kepada komunitas), *inform or image* (memberitahukan dan meraih citra), *lobby and negotiation* (pendekatan dan negosiasi), *social responsibility* (tanggung jawab sosial). Strategi publikasi dilakukan melalui sarana *website* resmi Idii (www.idii.or.id), program radio berfrekuensi AM, dan program-program TV online. Strategi penyusunan program acara dilakukan dengan mengadakan acara-acara khusus (Musyawarah Nasional, Halaqoh Kubro Tahfidzul Qur'an) dan acara-acara rutin organisasi (pengajian rutin, lomba hafalan Alquran, kegiatan CAI, penyuluhan dan seminar). Strategi menciptakan berita (*news*) diterapkan dengan memaksimalkan penggunaan dua media utama yaitu, media internet (*website* resmi Idii) dan media cetak (majalah Nuansa Persada).

Strategi kepedulian kepada komunitas diupayakan dengan meningkatkan pendidikan di pondok-pondok pesantren, meningkatkan mutu kualitas dan kuantitas para Mublig dan Mubalighot, memberikan pelajaran agama Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadits kepada masyarakat. Strategi memberitahukan dan meraih citra direalisasikan dengan mengunggah dan menyebarkan berita-berita dan informasi faktual dan dapat dipertanggungjawabkan terkait LDII melalui akun media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter). Strategi pendekatan dan negosiasi diterapkan dengan menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dengan MUI, lembaga-lembaga pemerintah maupun lembaga dan organisasi kemasyarakatan lain serta dengan tokoh masyarakat setempat (terutama di tingkat daerah).

Strategi tanggung jawab sosial yaitu meningkatkan kepedulian sosial dan pengentasan kemiskinan dalam bentuk bazar sembako murah dan program dana bergullir dan pelatihan untuk para duafa, melaksanakan bakti sosial tanpa membedakan suku, agama, adat istiadat, membuat lembaga pendidikan panti asuhan untuk yatim piatu, jompo dan orang miskin, mengembangkan koperasi, Usaha Bersama (UB) di lingkungan pondok pesantren dan pusat kegiatan LDII, menyelenggarakan pembangunan tempat-tempat ibadah.

Upaya-upaya melalui ketujuh strategi tersebut adalah komitmen dan keseriusan LDII untuk membuktikan diri sebagai organisasi masyarakat yang bercirikan nilai-nilai agama Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadist. LDII menolak disebut sebagai ajaran sesat karena sejatinya mereka adalah organisasi masyarakat yang legal dan berasaskan Pancasila dan bukan aliran baru agama Islam. Oleh karena itu, meski program-program yang dilakukan LDII tidak hanya ditujukan untuk memberdayakan warga LDII, tetapi juga ditujukan untuk memberikan manfaat dan membangun masyarakat Indonesia seutuhnya.

Ketujuh strategi *public relations* tersebut pada hakikatnya dilakukan demi mencapai visi dan misi organisasi. Namun, pada pelaksanaannya program-program tersebut juga dapat memperbaiki citra negatif dan mengubah opini masyarakat yang semula mempercayai bahwa LDII menganut paham sesat. Hampir semua program tersebut masih berlangsung hingga sekarang. Hanya satu program, yaitu program radio AM, yang tidak dilanjutkan. Sejak tahun 2000 humas LDII mengupayakan perubahan citra dan berbagai strategi telah dilaksanakan, baik secara bersama-sama (*simultan*) dan secara terpisah (*independen*) dengan tidak mengabaikan efektivitas dan efisiensi sesuai dengan perkembangan zaman, terutama dewasa ini yang untuk penyebaran berita dan informasi lebih mengedepankan penggunaan media internet (akun media sosial, akun YouTube, dan *website* resmi).

Bila dibandingkan dengan keempat strategi lainnya, yaitu *publications* (publikasi); *community involvement* (kepedulian kepada komunitas); *inform or image* (memberitahukan dan meraih citra); serta *social responsibility* (tanggung jawab sosial), penulis menemukan bahwa strategi *event* (penyusunan program acara); *news* (menciptakan berita); dan *lobby and negotiation* (pendekatan dan negosiasi) paling sukses dalam menarik perhatian publik eksternal sehingga melalui ketiga strategi itu LDII berhasil mengubah citra ajaran sesat dan kini mendapat penerimaan masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan program-program pada strategi *event*, terutama acara-acara khusus yang bertaraf nasional diliput oleh media-

media cetak maupun media elektronik nasional. Acara-acara tersebut mengundang tokoh-tokoh penting masyarakat dan juga melibatkan kerja sama dengan lembaga pemerintah maupun lembaga kemasyarakatan dan ormas lain yang telah mendapat kepercayaan masyarakat. Selain liputan media luar, LDII juga gencar memberitakan program-program mereka melalui media internal (akun-akun resmi LDII di media sosial) yang dengan mudah menyebar tidak hanya terbatas pada warga LDII tetapi juga pada publik eksternal. Di sisi lain, upaya LDII melakukan pendekatan dan negosiasi kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan meminta audiensi serta peninjauan atas praktik organisasi LDII. Hal ini adalah upaya LDII untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa LDII adalah organisasi yang terbuka dan transparan serta bahwa citra negatif ajaran sesat itu tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

Terhadap citra negatif tersebut, LDII mengambil sikap melawannya melalui tindakan nyata, yaitu pelaksanaan program-program yang sejalan dengan visi dan misi mereka. Berita negatif tentang LDII diimbangi dengan berita-berita positif tentang kegiatan dan agenda yang telah dan sedang berlangsung. Melalui usaha-usaha yang telah dan terus dilakukan untuk mendorong tercapainya visi organisasi mereka, LDII meyakini masyarakat pada gilirannya akan dapat melihat dan menilai bahwa LDII tidak membawa pengaruh buruk kepada masyarakat dan justru memberi kontribusi yang positif. Penulis menilai hal ini sebagai indikasi bahwa citra positif yang mereka hasilkan dewasa ini bukan citra yang direayasa, melainkan citra yang timbul dari perwujudan kinerja warga LDII dalam pelaksanaan program-program demi pencapaian tujuan organisasi mereka.

References

-
- Anggoro, Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro dan Sumirat, Soleh. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Artis. 2011. Strategi Komunikasi Public Relations. *Jurnal Sosial Budaya VIII (2)*: 192-193.
- Assumpta. R, Maria. 2002. *Dasar-dasar Public Relations teori dan praktik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Benoit, William L. 1994. *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. Albany: State University of New York Press.
- Benoit, William L. 1997. Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*. Vol.23 No.2. Hal: 179.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Coombs, T., & Lainen, S. 2000. An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12, 163 –178.

- Cutlip, Center & Broom, G.M. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi 9. Prentice Hall International Inc.: New Jersey.
- David, Fred. R. 2004. *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Perihallindo.
- Denzin, K dan Lincoln, S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Foucault, Michael. 1977. *Discipline and Punish*. Harmondsworth : Penguin.
- Jefkin, Frank. 2003. *Public Relations*. Edisi kelima. Perevisi Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Koetjaraningrat. 1991. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi (Cetakan kedua puluh sembilan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narendra, Putra. 2008. *Metode Riset Komunikasi*. BPPI-Yogyakarta.
- Nasution. 2006. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Oliver, Sandra. 2010. *Public Relations Strategy Third Edition*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Putra, I Gusti Ngurah. 2007. *Rekonstruksi Image Indonesia dalam Lingkungan Media Berubah*. Yogyakarta: Fisipol UGM.
- Setiawan, H., Robi, N., & Muchson, A. 2008. *After New Paradigm: Catatan Para Ulama Tentang LDII*. Jakarta: Pusat Studi Islam Madani Institute.
- Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations*. 2nd ed. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
-