

**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN CITRA MADRASAH *TAHFIDZ QUR'AN*
(STUDI KASUS DI MI MA'ARIF CEKOK BABADAN PONOROGO)**

TESIS



Oleh:

**SAFIRA ANGGRAININGSIH
NIM 502230027**

**PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2025**

ABSTRAK

Anggrainingsih, Safira. 2025. *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah Tahfidz Qur'an (Studi Kasus di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo)*. Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing: Nur Kolis, Ph.D. dan Dr. Athok Fu'adi, M.Pd

Kata Kunci : Manajemen Hubungan Masyarakat, Citra Madrasah Tahfidz Qur'an

Citra lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam menarik kepercayaan masyarakat dan mendukung keberlangsungan institusi. Dalam praktiknya, tidak semua lembaga mampu membangun citra positif secara optimal. MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebelumnya menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan citra positif di masyarakat. Hal ini disebabkan oleh belum terlaksananya beberapa aspek dalam pengelolaan humas. Namun dengan adanya kerja yang baik dan efektif dari manajemen humas dapat meningkatkan citra MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo di lingkungan sekitar dan masyarakat luas.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo; (2) Memaparkan dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo; (3) Menjelaskan dan menganalisis implikasi manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan ketekunan pengamatan, kecukupan referensial dan triangulasi sumber serta triangulasi metode.

Berdasarkan analisis manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo ditemukan bahwa: (1) Perencanaan dilakukan dengan pengelolaan administrasi dan rencana kerja humas. Pelaksanaan dilakukan dengan optimalisasi media sosial, kegiatan keagamaan dan partisipasi masyarakat, serta kemitraan dengan pihak eksternal. Evaluasi dilakukan dengan monitoring, evaluasi dan pelaporan. (2) Faktor pendukung yaitu dukungan kepemimpinan kepala sekolah, budaya organisasi yang kooperatif, dukungan wali murid dan masyarakat sekitar, pemanfaatan media sosial, dan lingkungan sosial-kultural masyarakat. Faktor penghambat yaitu keterbatasan SDM dari segi kuantitas dan pelatihan. (3) Implikasi manajemen humas di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo berdampak positif pada citra lembaga yang sebelumnya belum terlaksana menjadi terlaksana. Penerapan manajemen humas yang lebih terstruktur di MI Ma'arif Cekok Ponorogo meningkatkan citra lembaga melalui komunikasi yang transparan, penggunaan media sosial yang aktif, hubungan positif dengan media, serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial dan CSR. Umpan balik masyarakat juga berkontribusi pada perbaikan citra lembaga.

ABSTRACT

Anggrainingsih, Safira.2025. *Public Relations Management in Improving Madrasah Image Tahfidz Qur'an (Case Study in MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo)*. **Thesis.** Islamic Education Management Study Program, Postgraduate Program, State Islamic Institute (IAIN) Ponorogo. Advisors: Nur Kolis, Ph.D. and Dr. Athok Fu'adi, M.Pd

Keywords: Public Relations Management, Madrasah Image Memorizing the Quran

The image of educational institutions plays an important role in gaining public trust and supporting the sustainability of the institution. MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo previously faced various obstacles in improving its positive image in the community. This was caused by the failure to implement several aspects of public relations management. However, with good and effective work from public relations management, the image of MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo can be improved in the surrounding environment and the wider community.

This research aims to: (1) Describe and analyze the planning, implementation and evaluation of public relations management in improving the image of madrasah memorizing the Qur'an at MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo; (2) Explaining and analyzing the supporting factors and inhibiting factors of public relations management in improving the image of the madrasah memorizing the Quran at MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo; (3) Explaining and analyzing the implications of public relations management in improving the image of the madrasah memorizing the Quran in MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

The research method used is a qualitative approach with a case study research type. Data collection in this study uses interview, observation and documentation methods. While the data validity test is carried out with observation diligence, referential adequacy and source triangulation and method triangulation.

Based on the analysis of public relations management in improving the image of madrasah memorizing the Quran at MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo it was found that: (1) Planning is carried out by managing administration and public relations work plans.. Implementation is carried out by optimizing social media, religious activities and community participation, as well as partnerships with external parties. Evaluation is carried out by monitoring, evaluating and reporting. (2) Supporting factors are support from the principal's leadership, cooperative organizational culture, support from parents and the surrounding community. Inhibiting factors are limited human resources in terms of quantity and training. (3) The implementation of more structured public relations management at MI Ma'arif Cekok Ponorogo improves the image of the institution through transparent communication, active use of social media, positive relations with the media, and community involvement in social activities and CSR. Community feedback also contributes to improving the image of the institution.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh **Safira Anggrainingsih, NIM 502230027** dengan judul: **“Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga (Studi Kasus di MI Ma’arif Cekok Babadan Ponorogo)”**, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang Majelis *Munaqoshah* Tesis.

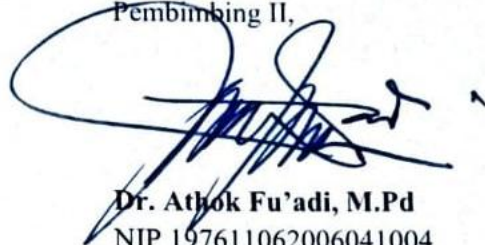
Pembimbing I,



Nur Kolis, Ph.D.
NIP. 197106231998031002

Ponorogo, 9 Mei 2025

Pembimbing II,



Dr. Athok Fu'adi, M.Pd
NIP 197611062006041004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA**

Terakreditasi B Sesuai SK BAN-PT Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016 Alamat: Jln. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893 Website: www.iainponorogo.ac.id Email: pascasarjana@iainponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh **Safira Anggrainingsih**, NIM 502230027, Program Magister Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dengan judul: *"Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah Tahfidz Qur'an (Studi Kasus di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo)"* telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munâqashah* Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada hari: Selasa, 27 Mei 2025, dan telah dinyatakan **LULUS**.

DEWAN PENGUJI

No.	Nama Penguji	Tanda tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. H. Miftahul Huda, M.Ag. NIP. 197605172002121002 Ketua Sidang		03/06/2025
2.	Dr. Ahmadi, M.Ag. NIP. 196512171997031003 Penguji Utama		03/06/2025
3.	Nur Kolis, Ph.D. NIP. 197106231998031002 Penguji II/Pembimbing I		03/06/2025
4.	Dr. Athok Fu'adi, M.Pd. NIP. 197611062006041004 Sekretaris/Pembimbing II		3/6/2025

Ponorogo, 3 Juni 2025

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Agus Purnomo, M.Ag.

NIP. 197308011998031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safira Anggrainingsih

NIM : 502230027

Fakultas : Pascasarjana

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi/ Tesis : Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra
Madrasah *Tahfidz Qur'an* (Studi Kasus di MI Ma'arif Cekok Babadan
Ponorogo)

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 3 April 2025

Penulis



SAFIRA ANGGRAININGSIH

NIM. 502230027

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya **Safira Anggrainingsih**, NIM 502230027, Program Magister Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: **“Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga (Studi Kasus di MI Ma’arif Cekok Babadan Ponorogo)”** ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

Ponorogo, 9 Mei 2025

Pembuat Pernyataan,




SAFIRA ANGGRAININGSIH
NIM 502230027

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Terdahulu.....	9
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	20
A. Hubungan Masyarakat	20
1. Pengertian Hubungan Masyarakat	20
2. Tujuan Hubungan Masyarakat.....	21
B. Manajemen Humas.....	23
1. Pengertian Manajemen Humas	23
2. Tahapan-Tahapan Manajemen Humas.....	24
C. Citra Lembaga Pendidikan.....	31
1. Pengertian Citra Lembaga Pendidikan.....	31
2. Konsep Citra Lembaga.....	32
3. Faktor Pembentukan Citra	35
4. Peran Citra.....	36
5. Meningkatkan Citra Lembaga.....	36

BAB III	METODE PENELITIAN	50
	A. Metode dan Pendekatan	50
	B. Data dan Sumber Data	51
	C. Teknik Pengumpulan Data.....	52
	D. Analisis Data	54
	E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	57
BAB IV	PERENCANAAN, PELAKSANAAN DAN EVALUASI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH TAHFIDZ QUR'AN DI MI MA'ARIF CEKOK BABADAN PONOROGO	60
	A. Paparan Data Umum	60
	B. Paparan Data Khusus	65
	C. Analisis Data	85
	D. Sinkronisasi dan Transformatif	88
BAB V	FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH TAHFIDZ QUR'AN DI MI MA'ARIF CEKOK BABADAN PONOROGO	90
	A. Paparan Data Khusus	90
	B. Analisis Data	98
	C. Sinkronisasi dan Transformatif	100
BAB VI	IMPLIKASI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH TAHFIDZ QUR'AN DI MI MA'ARIF CEKOK BABADAN PONOROGO	103
	A. Paparan Data Khusus	103
	B. Analisis Data	106
	C. Sinkronisasi dan Transformatif	109

BAB VII	PENUTUP.....	111
	A. Kesimpulan	111
	B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....		114



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Kepemilikan Tanah	64
Tabel 4.2 Fasilitas yang Dimiliki	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Teknik analisis data.....	55
Gambar 4.1 Rapat guru	66
Gambar 4.2 Brosur PPDB	76
Gambar 4.3 Rapat dengan wali Murid	83
Gambar 5.1 Kegiatan rutinan <i>dzikrul ghofilin</i> bersama masyarakat	90
Gambar 5.2 kenduri pembangunan gedung madrasah bersama masyarakat....	90



BAB I PENDAHULUAN

A. Konsteks Penelitian

Peran masyarakat dalam dunia pendidikan memiliki peran yang besar, karena masyarakat merupakan elemen utama sekaligus pengguna langsung dari layanan pendidikan. Hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat didasarkan pada pentingnya meningkatkan partisipasi, rasa memiliki, serta dukungan masyarakat, baik secara moral maupun finansial. Kerja sama ini menjadi dasar bagi keberhasilan dan kemajuan pendidikan. Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam modern, berakar dari tradisi pendidikan pesantren yang telah ada jauh sebelum masa penjajahan Belanda. Pada mulanya, madrasah berfungsi sebagai institusi yang fokus pada pengajaran ilmu-ilmu keislaman kepada para siswanya. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan masuknya sistem pendidikan Barat melalui sekolah-sekolah umum, muncul dorongan dari kalangan umat Islam untuk mengintegrasikan nilai-nilai pendidikan Islam dengan model pendidikan modern. Upaya ini kemudian diwujudkan melalui pendirian madrasah yang menggabungkan kurikulum agama dan umum, sebagai bentuk akulturasi antara sistem pendidikan tradisional dan modern.¹

Seiring pesatnya perkembangan zaman, hal ini berimplikasi pada munculnya dinamika pola pikir masyarakat menjadi lebih kritis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menjadi ancaman (*threat*) besar bagi setiap lembaga pendidikan untuk selalu merubah dan memperbaiki citranya menjadi positif di mata masyarakat. Kehadiran lembaga pendidikan Islam di tengah masyarakat telah memberikan kontribusi logis yang mengacu pada nilai-nilai ilmiah. Sehingga, masyarakat akan lebih cerdas dalam menjalani roda kehidupan, atas dasar itulah masyarakat mulai berfikir cerdas

¹ Hasri, "Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam," *Al- Khwarizmi* 2, no. 1 (2014), 72.

dalam memilih lembaga pendidikan. Citra merupakan salah satu magnet terpenting dalam lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat. Lembaga pendidikan Islam yang mempunyai citra positif akan mampu menarik minat masyarakat untuk masuk menjadi bagian dalam lembaga tersebut. Akan tetapi, sebaliknya citra negatif yang ditampilkan lembaga pendidikan Islam akan berdampak pula pada persepsi masyarakat yang negatif.

Citra madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam kini dipandang mampu bersaing dengan sekolah-sekolah umum. Hal ini tercermin dari pesatnya pertumbuhan madrasah atau institusi pendidikan berbasis Islam di Indonesia. Namun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan, salah satunya terkait dengan perumusan visi dan misi kelembagaan yang sering kali terabaikan oleh pengelola pendidikan. Padahal, visi sebuah lembaga pendidikan idealnya telah dirancang sejak awal sebagai landasan utama dalam penyelenggaraan proses pembelajaran. Melalui visi dan misi yang jelas, sebuah lembaga dapat menyusun rencana strategis serta menetapkan kebutuhan yang menunjang tercapainya tujuan pendidikan. Sebagai institusi pendidikan, madrasah dituntut untuk memberikan layanan yang bermutu kepada para pengguna jasa pendidikan, khususnya orang tua siswa. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan pendidikan secara berkelanjutan menjadi bagian penting dalam upaya memenuhi kepuasan dan harapan orang tua terhadap lembaga.²

Salah satu bentuk citra yang ada pada lembaga pendidikan Islam, yaitu MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo adalah *spiritual communication*, yakni citra yang dibangun melalui komunikasi berbasis nilai-nilai spiritual dan religius. Citra ini menekankan pada bagaimana lembaga menghadirkan program-program unggulan seperti *tahfidz qur'an*, pembiasaan ibadah harian, serta interaksi yang santun dan bermakna antara warga sekolah dan masyarakat. MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo merupakan contoh nyata dari lembaga pendidikan yang membangun citranya melalui pendekatan ini.

² Danial Rahman, "Problematisa yang dihadapi Lembaga Pendidikan Islam sebagai Tantangan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan" *Nazzama Journal Of Management Education*, Vol 1 Nomor 1 (September 2021), 79.

Komunikasi yang dikembangkan tidak sekadar bersifat informatif, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan spiritual masyarakat. Pendekatan ini memperkuat persepsi masyarakat bahwa madrasah bukan hanya tempat belajar akademik, melainkan juga pusat pembinaan akhlak dan nilai-nilai keislaman. Dalam konteks ini, citra madrasah sebagai lembaga *tahfidz Qur'an* memperkuat posisi strategisnya dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga matang secara spiritual.

Pendekatan berbasis *spiritual communication* ini juga menjadi daya saing tersendiri bagi madrasah di tengah arus modernisasi dan globalisasi. Ketika masyarakat semakin kritis dalam memilih lembaga pendidikan, nilai-nilai spiritual dan pendekatan religius justru menjadi daya tarik unik yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan umum. Di tengah tuntutan zaman yang kian kompleks, banyak orang tua merasa perlu mencari institusi pendidikan yang tidak hanya menekankan pada aspek akademik, tetapi juga pembinaan moral dan akhlak anak. Hal ini menjadikan madrasah tahfidz seperti MI Ma'arif Cekok sebagai pilihan yang menjanjikan karena mampu menawarkan keseimbangan antara pengetahuan dan pembentukan karakter religius. Oleh karena itu, citra yang dibangun melalui spiritual communication semakin relevan dan memiliki nilai strategis dalam membangun kepercayaan publik di era sekarang.

Globalisasi di bidang pendidikan membawa dampak signifikan terhadap meningkatnya intensitas persaingan antar lembaga pendidikan di Indonesia. Kompetisi yang semakin ketat ini mendorong setiap institusi pendidikan untuk terus melakukan peningkatan mutu agar mampu bertahan dan meraih keunggulan di tengah persaingan yang semakin kompleks. Banyaknya jumlah lembaga pendidikan menjadi salah satu faktor yang memperkuat kompetisi dan dapat menjadi ancaman serius bagi institusi yang belum siap menghadapi tantangan tersebut. Dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan, peran serta masyarakat menjadi elemen penting yang tidak dapat diabaikan. Masyarakat, dalam hal ini adalah komunitas di sekitar sekolah, memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi positif dalam

mendukung kemajuan pendidikan. Oleh karena itu, humas dituntut mampu menjalin komunikasi dua arah, baik sebagai penyampai informasi maupun sebagai saluran penerima masukan dari masyarakat. Manajemen humas memiliki fungsi strategis dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Melalui pendekatan komunikasi yang tepat, humas dapat membangun kepercayaan publik terhadap mutu pendidikan yang ditawarkan. Berbagai kegiatan seperti publikasi prestasi peserta didik, penyelenggaraan kegiatan sekolah, hingga pengelolaan media sosial secara aktif berperan penting dalam membentuk reputasi positif lembaga. Di samping itu, humas juga memiliki peran vital dalam menangani krisis, seperti munculnya isu negatif atau konflik internal, agar tidak berdampak buruk pada citra sekolah. Strategi humas turut berkontribusi dalam menciptakan relasi yang harmonis antara sekolah dan para pemangku kepentingan, seperti orang tua, guru, tenaga kependidikan, pemerintah, serta masyarakat luas. Dalam konteks ini, humas menjadi penghubung komunikasi yang efektif, membangun pemahaman bersama, dan mendorong partisipasi semua pihak. Lebih lanjut, humas juga dapat memfasilitasi kemitraan strategis, seperti penggalangan dana maupun pengembangan program pendidikan yang berorientasi pada pencapaian tujuan bersama.³

Menurut Mulyasa, “Dengan adanya humas dalam pendidikan, maka akan terjalin kerjasama antar semua pihak, baik warga sendiri (internal publik) dan masyarakat umum (eksternal publik)”⁴. Sehingga hubungan yang harmonis ini akan membentuk, (1) saling pengertian antar sekolah, orang tua, masyarakat dan lembaga - lembaga lain yang ada di masyarakat, termasuk dunia kerja, (2) saling membantu antar sekolah dan masyarakat karena mengetahui manfaat, arti dan pentingnya peran masing-masing, (3) kerjasama yang erat antara sekolah dengan berbagai pihak yang ada di masyarakat dan

³ Erlin, “Peran Manajemen Humas dalam Membangun Citra di Lembaga Pendidikan” *Journal Of Governance And Public Administration*, Vol. 2 No. 1 (Desember 2024), 4.

⁴ E.Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 166.

mereka merasa bangga dan ikut bertanggung jawab atas suksesnya pendidikan di sekolah.

Hubungan masyarakat atau yang lebih dikenal dengan sebutan humas memiliki peran yang penting dalam sebuah lembaga pendidikan atau sekolah. Humas di sekolah ialah wakil kepala sekolah bidang humas. Keberadaannya sangat penting karena ia sebagai penghubung bagi sekolah dengan masyarakat dalam memperkenalkan sekolah seperti memperkenalkan program-program unggulan yang akan dicapai, mempromosikan sekolah kepada para pengguna (masyarakat), menunjukkan keberhasilan peserta didik kepada khalayak ramai khususnya pada orang tua peserta didik.

Citra positif sangat diperlukan untuk memberikan profil lembaga yang berkualitas. Maka dari itu diperlukan bagian humas untuk membantu menyelesaikan tugas tersebut. Menurut Rosady Ruslan: *“Peran humas dalam lembaga madrasah diantar mengelola opini publik agar tercipta opini publik yang menimbulkan kesan positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan”*⁵. Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Salah satunya adalah citra terhadap lembaga pendidikan.

Penelitian ini diawali dengan observasi langsung dan wawancara awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 5 Agustus 2024 di MI Ma’arif Cekok Babadan Ponorogo. Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa manajemen Humas di MI Ma’arif Cekok memiliki sejumlah keunggulan yang patut dicermati. Salah satu kekuatan utama adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan publikasi kegiatan madrasah secara intensif. Melalui platform digital, madrasah ini aktif menyampaikan informasi kepada masyarakat, menampilkan berbagai aktivitas peserta didik, serta memperkenalkan program-program unggulan kepada publik secara terbuka dan menarik. Selain itu, pendekatan personal melalui kegiatan silaturahmi

⁵ Rosady Ruslan, *Publik Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, tahun 2008), 80.

juga menjadi strategi yang diterapkan oleh pihak madrasah. MI Ma'arif Cekok secara rutin melakukan kunjungan dan membangun komunikasi yang baik dengan tokoh-tokoh masyarakat setempat serta menjalin hubungan harmonis dengan lembaga-lembaga TK di sekitar desa Cekok. Strategi ini terbukti mampu membentuk persepsi positif masyarakat terhadap eksistensi madrasah, serta menumbuhkan rasa kedekatan dan kepercayaan sosial terhadap lembaga. Citra positif MI Ma'arif Cekok juga diperkuat oleh program-program keagamaan yang dijalankan secara konsisten. Beberapa kegiatan yang menonjol antara lain adalah program Tahfidz Al-Qur'an, pelaksanaan sholat dhuha berjama'ah, serta pembiasaan menghafal doa-doa harian sebelum pembelajaran dimulai. Program-program ini tidak hanya mencerminkan identitas madrasah sebagai lembaga berbasis keislaman, tetapi juga menjadi nilai jual utama yang membedakan MI Ma'arif Cekok dari lembaga pendidikan lainnya.⁶

Citra lembaga pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi masyarakat, menarik minat calon peserta didik, serta memperoleh dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Lembaga pendidikan yang mampu membangun dan mempertahankan citra positif cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat, dan hal ini berimplikasi langsung terhadap keberlangsungan dan perkembangan institusi tersebut. Sebaliknya, lemahnya citra lembaga dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan publik, rendahnya partisipasi, dan terhambatnya kemajuan lembaga secara menyeluruh. Tidak semua lembaga pendidikan mampu membangun citra positif secara optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya strategi komunikasi yang terencana, atau belum maksimalnya peran kehumasan dalam institusi. MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo merupakan salah satu contoh lembaga pendidikan yang pernah menghadapi tantangan serupa. Pada masa-masa sebelumnya, citra madrasah ini dinilai masih belum cukup kuat di tengah masyarakat. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain adalah kurangnya publikasi kegiatan,

⁶ Hasil wawancara dengan Wakil Kepala Madrasah bidang humas

minimnya kerja sama dengan lingkungan eksternal, serta belum terlaksananya manajemen Humas secara terstruktur dan profesional.

MI Ma'arif Cekok menunjukkan upaya yang signifikan dalam memperbaiki citra madrasah *tahfidz qur'an* melalui penguatan fungsi Humas. Meskipun tidak memiliki divisi Humas yang berdiri sendiri, pihak madrasah melakukan optimalisasi peran tata usaha yang merangkap tugas kehumasan untuk melaksanakan berbagai strategi komunikasi. Di antaranya adalah penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi, pelaksanaan program unggulan seperti Tahfidz Al-Qur'an, keterlibatan aktif dalam kegiatan masyarakat, serta menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga eksternal. Melalui kerja yang baik dan efektif dari manajemen Humas, MI Ma'arif Cekok mulai mengalami peningkatan citra yang positif di mata masyarakat. Kepercayaan orang tua dan antusiasme masyarakat terhadap program-program madrasah pun turut meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dilakukan dengan keterbatasan, manajemen Humas yang dijalankan secara terencana tetap dapat berperan penting dalam membentuk dan memperkuat citra lembaga pendidikan.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana manajemen Humas diterapkan di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo, khususnya dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan Humas dalam rangka meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an*. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami tantangan yang dihadapi serta strategi yang digunakan untuk mengatasinya, sehingga dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan manajemen Humas di lembaga pendidikan serupa.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain akan dikerucutkan pada:

1. Bagaimana perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo?

2. Bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo?
3. Bagaimana implikasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain akan dikerucutkan pada:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo
2. Memaparkan dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo
3. Menjelaskan dan menganalisis implikasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan salah satu pijakan *research theory* (teori penelitian) tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan harapan madrasah mampu menghadapi tantangan dan menjaga eksistensi sebagai madrasah yang unggul dalam kepercayaan masyarakat.
2. Secara Praktis:
 - a. Bagi Madrasah Negeri dan Swasta di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dijadikan referensi operasional bagi berbagai lembaga pendidikan di Indonesia, khususnya madrasah untuk mengembangkan, mengoptimalkan, serta meningkatkan minat calon

peserta didik baru melalui manajemen humas dalam menghadapi berbagai tantangan arus perkembangan pendidikan.

- b. Bagi Para Peneliti dan Masyarakat. Hasil Penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi tambahan secara teoritis dan aplikatif bagi para peneliti maupun masyarakat pada umumnya dalam mengenali pentingnya manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga pada lembaga pendidikan.

E. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian tesis oleh Rivarul Jamilah berjudul *"Strategi Humas dalam Membangun Citra di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Ponorogo"*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus guna mengungkap secara mendalam strategi-strategi kehumasan yang diterapkan dalam membangun citra lembaga di MIN 1 Ponorogo, beserta dampak yang ditimbulkan terhadap madrasah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi kehumasan yang diterapkan dalam membangun citra di MIN 1 Ponorogo meliputi publikasi, kegiatan sosial, serta keterlibatan dalam komunitas; 2) Faktor-faktor pendukung pelaksanaan strategi humas antara lain kekompakan warga madrasah, komunikasi yang efektif antara pihak madrasah, komite, dan elemen masyarakat. Sementara itu, hambatan yang dihadapi mencakup kurangnya pengalaman, rendahnya kompetensi, dan keterbatasan jumlah personel; 3) Strategi humas yang dijalankan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap MIN 1 Ponorogo.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Anang Ismail dengan judul *"Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pondok*

⁷ Rivarul Jamilah, *Strategi Humas dalam Membangun Citra di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Ponorogo (Tesis IAIN PONOROGO, 2022)*, 8.

Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende” menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi partisipasi pasif, wawancara terstruktur, dan dokumentasi, sementara analisis data dilakukan melalui tahap pengumpulan, kondensasi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan humas dilakukan dengan menyusun program kerja yang disesuaikan dengan ruang lingkup tugas humas, melibatkan stakeholder seperti Yayasan Sabilul Mukminin Flores dan pihak Pondok Pesantren An-Nur Center Ende, serta mengacu pada kebutuhan masyarakat dan pengguna layanan pendidikan. Pelaksanaan program humas terbagi menjadi dua, yakni internal dan eksternal. Program internal mencakup pelaksanaan kegiatan unggulan pondok seperti Tahajji Nurul Bayan, Tahfidz, dan Takhasus, serta penyediaan tenaga pendidik yang berkualitas. Sementara itu, program eksternal meliputi kegiatan sosial seperti penggalangan dana untuk korban bencana, program Tebar Qurban, khitan massal untuk anak-anak NTT, serta menjalin kerja sama dengan pihak eksternal. Adapun hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan humas meliputi keterbatasan tenaga pengajar, kurangnya sarana dan prasarana, serta minimnya pemahaman masyarakat terhadap teknis pelaksanaan program pondok pesantren.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Hannisa Mustika berjudul *“Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Mandau Kabupaten Bengkalis”* menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari Kepala Sekolah, Wakil Kepala Bagian Humas, Komite Sekolah, serta dua orang peserta didik. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana manajemen humas dijalankan dalam menjaga dan meningkatkan citra sekolah di SMAN 8 Mandau. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi

⁸ Anang Ismail, *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende* (Tesis UIN MAULANA Malik Ibrahim Malang, 2022), 7.

wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan, penyaringan, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Perencanaan manajemen humas telah berjalan dengan baik, dilaksanakan di awal tahun ajaran dan dikelompokkan berdasarkan jangka waktu pelaksanaan. (2) Pengorganisasian juga dilakukan secara efektif, dengan pemilihan personel berdasarkan kompetensi dan pembagian tugas ke dalam tiga bidang utama, yakni hubungan eksternal, hubungan internal, dan publikasi. (3) Pelaksanaan kegiatan humas dinilai cukup baik, terbukti dari pelaksanaan program kerja yang tepat waktu, keterlibatan pihak internal dan eksternal sekolah, serta publikasi kegiatan melalui media sosial, meskipun terdapat sedikit keterlambatan dalam proses unggah konten. (4) Pengawasan kegiatan humas dilaksanakan secara insidentil dan berkala, yakni satu kali dalam sebulan, guna mengevaluasi pelaksanaan tugas masing-masing bagian dalam mendukung optimalisasi kegiatan sekolah.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Sangga Cumbuan Kejora dengan judul *“Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam melalui Manajemen Strategis Public Relations: Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang”* menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi sebagai instrumen utama untuk memperoleh informasi secara menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan humas di Pondok Pesantren An-Nur II dilakukan melalui pendekatan manajemen strategis, dimulai dari analisis lingkungan internal dan eksternal pesantren. Analisis ini kemudian menjadi dasar dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif, menetapkan struktur kerja humas yang profesional, dan mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi baik dalam lingkungan pesantren maupun untuk khalayak luar. Salah satu implementasi dari strategi tersebut terlihat pada pemanfaatan

⁹ Hannisa Mustika, *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Mandau Kabupaten Bengkalis* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2023), 7.

media sosial secara maksimal serta pelibatan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan yang berdampak positif terhadap citra pesantren. Penelitian ini menegaskan bahwa peran humas sangat krusial sebagai penghubung komunikasi antara pesantren dan masyarakat dalam rangka meningkatkan minat dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Finawati dengan judul *“Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi’in Pamekasan”* menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana manajemen humas dijalankan dalam lingkungan pondok pesantren, serta kontribusinya dalam membentuk citra positif lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas di Pondok Pesantren Annasyi’in memiliki peran strategis dalam menjalin hubungan yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat sekitar. Proses perencanaan humas dilakukan oleh pengasuh pesantren bersama tim internal, yang kemudian direalisasikan melalui berbagai program, seperti kegiatan pengabdian masyarakat, kolaborasi dengan tokoh-tokoh lokal, serta penggunaan media komunikasi tradisional. Keterlibatan alumni dalam kegiatan sosial juga menjadi bagian dari strategi humas eksternal yang efektif dalam membangun kepercayaan publik. Meski demikian, pelaksanaan kegiatan humas dihadapkan pada beberapa kendala, di antaranya keterbatasan anggaran, kurangnya pelatihan kehumasan bagi staf, serta minimnya penguasaan teknologi informasi yang dibutuhkan untuk promosi lembaga secara digital.¹¹

Berikut tabel persamaan dan perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan:

¹⁰ Sangga Cumbuan Kejora, *Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam melalui Manajemen Strategis Public Relations: Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang* (Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang, 2019), 6.

¹¹ Finawati, *Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi’in Pamekasan* (Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang, 2022) 8.

Tabel 1.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Strategi Humas dalam Membangun Citra di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Ponorogo, Rivarul Jamilah</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi humas dalam membangun citra madrasah di MIN 1 Ponorogo dilaksanakan dalam bentuk publikasi, kegiatan sosial, dan keikutsertaan komunitas. 2) Faktor pendukung humas dalam membangun Citra MIN 1 Ponorogo adalah adanya kekompakan warga madrasah, komunikasi yang baik antara madrasah, komite dan elemen masyarakat. Sedangkan faktor penghambatnya adalah minimnya pengalaman dan kurang berkompetensi, keterbatasan personil. 3) Dampak Strategi Humas terhadap Citra MIN 1 Ponorogo dalam bentuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.	1. Salah satu variabel yang diteliti sama, yaitu pembahasan dan analisa tentang manajemen humas. 2. Metode penelitian, jenis penelitian dan pendekatannya sama yaitu kualitatif dan studi kasus.	1. Lokasi yang digunakan berbeda yaitu di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok dan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Ponorogo. 2. Variabel yang digunakan penelitian terdahulu adalah tentang membangun citra sedangkan penelitian ini tentang meningkatkan citra yang sudah ada di lembaga. 3. Rumusan masalah yang digunakan pada penelitian terdahulu mengarah pada faktor pendukung dan penghambat serta dampak strategi humas terhadap citra madrasah
2.	<i>Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan</i>	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa: (1) Proses Perencanaan humas	1. Salah satu variabel yang diteliti sama, yaitu	1. Lokasi yang digunakan berbeda yaitu di Madrasah

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Citra Pondok Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende, Anang Ismail</i>	meliputi: a) Penyusunan program humas disesuaikan dengan ruang lingkup kerja humas, b) Penyusunan program humas melibatkan stakeholder Yayasan Sabilul Mukminin Flores dan Pondok Pesantren An-Nur Center Ende, c) Penyusunan program humas berdasarkan program kehumasan internal dan program kehumasan eksternal, d) Penyusunan program humas berdasarkan pada kebutuhan konsumen pendidikan dan masyarakat. (2) Implementasi humas, yaitu dengan melaksanakan program kehumasan internal dan program kehumasan eksternal. Diantara program kehumasan internal: a) Program unggulan pondok pesantren yang meliputi Tahajji Nurul Bayan, Tahfidz dan Takhasus, b)	pembahasan dan analisa tentang manajemen humas. 2. Metode penelitian, jenis penelitian dan pendekatannya sama yaitu kualitatif dan studi kasus.	Ibtidaiyah Ma'arif Cekok dan di <i>Pondok Pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende</i> 2. Penelitian terdahulu juga membahas tentang kendala yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra Lembaga.

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Menyediakan tenaga pendidik yang berkualitas. Adapun program kehumasan eksternal pondok pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende adalah sebagai berikut: a) Penggalangan dana korban bencana, Tebar Qurban, Khitan massal anak NTT, Menjalin kerja sama. (3) Kendala humas dalam meningkatkan citra pondok pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende, diantaranya: a) Keterbatasan tenaga pengajar di beberapa program unggulan pondok pesantren, b) Kurangnya sarana dan prasarana dalam mendukung program di pondok pesantren An-Nur Center Kabupaten Ende, (c) Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap teknis pelaksanaan program.		
3.	<i>Manajemen Humas dalam Meningkatkan</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1)	1. Salah satu variabel yang diteliti sama,	1. Lokasi yang digunakan berbeda yaitu

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Citra Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Mandau Kabupaten Bengkalis, Hannika Mustika</i>	Perencanaan manajemen humas di SMAN 8 Mandau sudah dilakukan dengan baik, yaitu perencanaan dilakukan pada awal tahun ajaran dan dikelompokkan berdasarkan jangka waktu yang telah dibuat. 2) Pengorganisasian manajemen humas di SMAN 8 Mandau sudah dilakukan dengan baik, yaitu dilakukan pemilihan sesuai dengan kemampuan dan dibagi menjadi 3 ada hubungan eksternal, internal dan publikasi. 3) Pelaksanaan manajemen humas di SMAN 8 Mandau sudah dilakukan dengan cukup baik dengan terlaksananya program kerja yang sesuai dengan waktu dan terlaksananya kerjasama dengan warga sekolah dan pihak luar sekolah serta mempublikasikan kegiatan di media sosial, namun proses penguplodan kegiatan ke media sosial sedikit	yaitu pembahasan dan analisa tentang manajemen humas. 2. Metode penelitian, jenis penelitian dan pendekatannya sama yaitu kualitatif dan studi kasus.	di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok dan di Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Mandau Kabupaten Bengkalis 2. Variabel yang digunakan penelitian terdahulu adalah tentang membangun citra sedangkan penelitian ini tentang meningkatkan citra yang sudah ada di lembaga.

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		terlambat. 4) Pengawasan manajemen humas di SMAN 8 Mandau sudah dilaksanakan dengan baik, yaitu secara insidentil dan berkala dalam satu kali dalam sebulan sehingga dapat melihat pelaksanaan setiap bagian humas dalam memaksimalkan kegiatan di sekolah.		
	<i>Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam melalui Manajemen Strategis Public Relations: Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang Sangga Cumbuan Kejora</i>	Hasil penelitian ini mengungkap bahwa pengelolaan humas di Pondok Pesantren An-Nur II dilakukan melalui tahapan manajemen strategis, yaitu dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal pesantren terlebih dahulu. Langkah tersebut diikuti dengan penyusunan strategi komunikasi yang tepat, penentuan satuan kerja kehumasan yang profesional, serta penggunaan media komunikasi baik internal maupun eksternal. Salah satu bentuk pelaksanaan strategi tersebut adalah optimalisasi peran	Metode penelitian, jenis penelitian dan pendekatannya sama yaitu kualitatif dan studi kasus.	1. Kajian berisi tentang pemanfaatan media sosial, kerja sama eksternal, program strategis komunikasi 2. Pemanfaatan media sosial, kerja sama eksternal, program strategis komunikasi

No	Judul, Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		media sosial dan kegiatan sosial kemasyarakatan yang membawa citra positif terhadap lembaga. Penelitian ini menekankan pentingnya humas dalam menjembatani komunikasi antara pesantren dan masyarakat sebagai bagian dari upaya peningkatan minat dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam		

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk mempermudah dan memberikan gambaran terhadap maksud yang terkandung dalam penelitian ini yang dibagi menjadi beberapa bab yang dilengkapi pembahasan-pembahasan yang dipaparkan secara sistematis, yaitu:

Pada Bab I pendahuluan, pada bab ini yang isinya adalah latar belakang dan permasalahan yang tercakup dalam penelitian, rumusan masalah yang mendasari dilakukannya penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu yang serupa dengan penelitian serta sistematika penulisan.

Pada Bab II kajian teoritik, pada bab ini yang akan digunakan untuk membaca data, pada bagian ini dijelaskan teori-teori serta pustaka yang dipakai saat penelitian. Teori-teori ini diambil dari buku, jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang dipadukan menjadi sebuah acuan dalam pembacaan data.

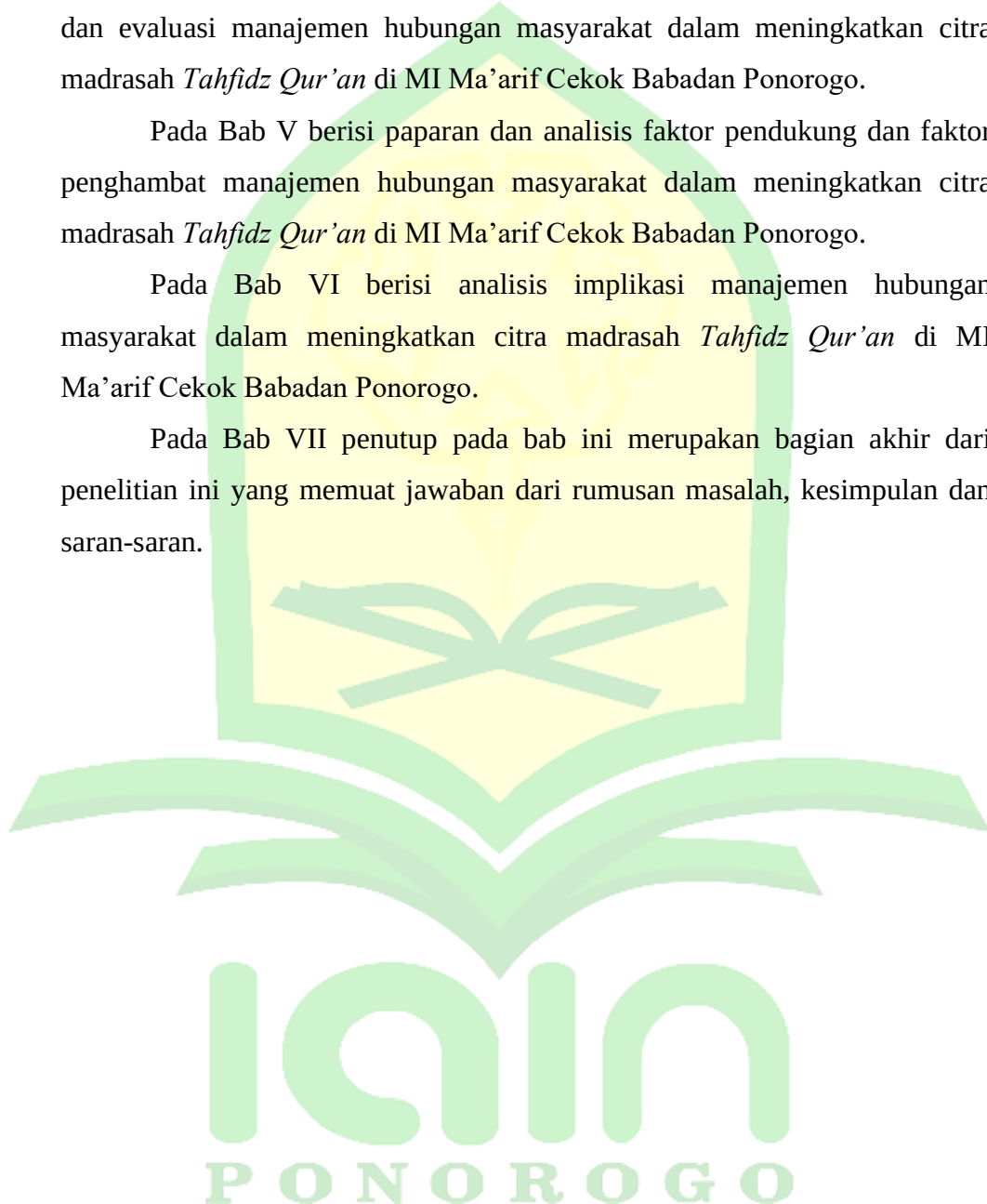
Pada Bab III metode penelitian, pada bab ini yang digunakan baik dari jenis dan pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, serta pengecekan keabsahan data.

Pada Bab IV berisi deskripsi dan analisis perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Pada Bab V berisi paparan dan analisis faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Pada Bab VI berisi analisis implikasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Pada Bab VII penutup pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang memuat jawaban dari rumusan masalah, kesimpulan dan saran-saran.



BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Hubungan Masyarakat

Cutlip dan Center melalui bukunya *Effective Public Relations* dalam buku *Public Relation & Crisis Management* karangan Rahmat Kriyantono, menyatakan bahwa “Humas sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.”¹²

Sedangkan menurut Prof. Marston mendefinisikan hubungan masyarakat sebagai berikut “Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara sebuah organisasi demi kepentingan publik, dan melaksanakan program kegiatan dan komunikasi untuk meraih pengertian umum dan dukungan publik.”¹³

Dari beberapa pengertian diatas hubungan masyarakat dipandang sebagai fungsi strategis yang tidak bisa dipisahkan dari proses pengelolaan organisasi secara keseluruhan. Sebagai fungsi manajerial strategis, humas berperan penting dalam membangun, memelihara, dan mengelola hubungan antara organisasi dan publik yang menjadi sasaran atau pemangku kepentingan. Hubungan ini tidak bersifat satu arah, melainkan bersifat timbal balik dan dinamis, sehingga memerlukan pendekatan yang komunikatif, terbuka, serta adaptif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan sosial.

¹² Rahmat Kriyantono, *Public Relation & Crisis Management* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2012), 69.

¹³ Prof. Marston, *Human Relation & Public Relation* (Jakarta: CV. Mandar Maju, 2009), 117.

Pentingnya keterlibatan humas dalam proses pengambilan keputusan organisasi, khususnya dalam menjawab kebutuhan komunikasi dan pengelolaan persepsi publik. Keduanya menekankan bahwa keberhasilan sebuah organisasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi tersebut menjalin relasi dan membangun kepercayaan publik. Relasi ini dibangun melalui komunikasi yang efektif, yaitu komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara jelas, terbuka, dan sesuai dengan harapan serta kebutuhan publik. Selain itu, pemahaman yang mendalam terhadap sikap, opini, dan dinamika masyarakat menjadi aspek krusial agar organisasi dapat merancang kebijakan serta program kerja yang sesuai dengan nilai-nilai dan aspirasi publik.

Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, humas bertindak sebagai alat manajerial untuk membaca situasi sosial, mengenali potensi isu yang dapat memengaruhi reputasi organisasi, serta menyusun langkah-langkah strategis untuk mengantisipasi atau meresponsnya. Fungsi ini mencakup penilaian kondisi eksternal, perumusan pesan yang tepat, pemilihan media komunikasi yang sesuai, hingga evaluasi dampak komunikasi terhadap publik. Dengan demikian, humas juga berperan penting dalam menciptakan dan mempertahankan citra positif organisasi secara berkelanjutan. Citra yang baik akan memperkuat legitimasi organisasi di mata publik dan memperbesar kemungkinan dukungan, baik dalam bentuk kepercayaan, partisipasi, maupun loyalitas terhadap keberlangsungan program-program organisasi.

2. Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan utama dari humas adalah mempengaruhi perilaku seseorang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, di mana persepsi, sikap dan dan

opini penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan atau instansi. Ada beberapa tujuan pokok kegiatan humas antara lain:¹⁴

- a. Untuk mengubah citra umum dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. Untuk meningkatkan bobot atau kualitas para calon pegawai atau anggota organisasi yang akan direkrut.
- c. Tujuan humas adalah mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi-instansi diluar perusahaan (publik), demi terciptanya opini publik yang menguntungkan perusahaan itu.
- d. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- e. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka progam-progam baru.
- f. Untuk menciptakan identitas instansi atau citra lembaga yang baru yang tentunya lebih baik daripada sebelumnya, atau yang lebih sesuai dengan kenyataan yang ada.
- g. Untuk menyebarluaskan aneka informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan lembaga atau perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari Untuk mendukung keterlibatan suatu lembaga atau perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
- h. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Pada dasarnya tujuan dari humas sangatlah luas namun pada dasarnya menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak, baik itu publik maupun organisasi terkait. Hubungan baik yang terjalin bukanlah untuk keuntungan secara pribadi pada bagian perusahaan atau organisasi yang

¹⁴ Suryadi, *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah* (Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa, 2009), 31.

ada, tetapi ada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dan memberikan kontribusi yang dibutuhkan.

B. Manajemen Humas

1. Pengertian Manajemen Humas

Menurut Cutlip, Manajemen adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program komunikasi strategis yang dilakukan secara terus menerus, untuk menciptakan hubungan saling pengertian antara organisasi dan publiknya.¹⁵

Secara etimologi, manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola atau mengatur. Secara terminologi adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan daya manusia dan sumber-sumber lainnya.¹⁶

Humas merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal.¹⁷ Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dalam prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Menurut Alma Buchari: *“Keberadaan fungsi humas pada suatu organisasi atau perusahaan biasa yang diketahui dari adanya bagian atau departemen humas. Humas adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap perusahaan”*¹⁸. Jadi humas adalah usaha yang direncanakan secara berkesinambungan,

¹⁵ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. *Effective Public Relations*, 9th ed, (Pearson Education, 2006), 322.

¹⁶ Andang, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Konsep Strategi, dan Inovasi Menuju Sekolah Efektif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 21.

¹⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), 14.

¹⁸ Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2002), 145.

guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakat. Humas sebagai proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin kerjasama yang lebih produktif, untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dan dilakukan secara profesional guna membangun citra yang baik terhadap perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas, bahwa manajemen humas difungsikan untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai komunikasi dua arah secara timbal balik antara organisasi dengan publik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama. Jadi hubungan masyarakat pada prinsipnya merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat dalam arti luas.

2. Tahapan-Tahapan Manajemen Humas

Adapun tahapan-tahapan dalam manajemen humas menurut Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M antara lain:¹⁹

a. *Fact Finding / Research* (Penelitian / Pengumpulan Fakta)

Tahap pertama dalam manajemen humas menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah pengumpulan fakta (*fact finding/research*) yaitu menemukan dan mendefinisikan masalah komunikasi yang sedang dihadapi organisasi secara akurat dan objektif, yang merupakan fondasi utama dalam perencanaan program humas yang efektif. Cutlip dalam buku *Effective Public Relations* menjelaskan bahwa tanpa riset yang akurat, kegiatan humas akan bersifat spekulatif dan tidak terarah. Riset menjadi alat untuk memahami kondisi internal dan eksternal organisasi, mengidentifikasi isu atau peluang komunikasi, serta memetakan publik yang relevan dan persepsi mereka terhadap organisasi.²⁰

¹⁹ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 324.

²⁰ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 325

Pentingnya riset dalam proses komunikasi strategis. Mereka menyatakan bahwa riset berfungsi untuk menilai opini publik, memahami lingkungan sosial, serta mengukur efektivitas program yang akan atau telah dijalankan. Tanpa riset yang memadai, program humas akan kehilangan arah dan tidak mampu menjawab kebutuhan komunikasi secara tepat.

Selain itu, Nanang Fatah menyebutkan bahwa kegiatan humas tidak boleh berdasarkan intuisi belaka, tetapi harus diawali dengan pengumpulan data yang sah dan objektif. Data tersebut menjadi dasar bagi manajer humas untuk membuat keputusan yang logis dan efektif dalam menyusun strategi komunikasi yang mampu meningkatkan citra dan reputasi Lembaga.²¹

b. Perencanaan (*planning*)

Cutlip menegaskan bahwa perencanaan merupakan proses penyusunan keputusan yang rasional, berdasarkan hasil riset, untuk menentukan arah, tujuan, strategi, dan taktik komunikasi yang akan dijalankan.²² Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dalam menetapkan jalan dan sumber yang diperlakukan untuk mencapai tujuan seefisien dan seefektif mungkin. Perencanaan dapat menetapkan tujuan lembaga pendidikan, menetapkan peraturan-peraturan dan pedoman-pedoman pelaksanaan, menetapkan biaya yang diperlukan dan pemasukan uang yang diharapkan diperoleh dari tindakan yang dilakukan.

Perencanaan dalam konteks humas mencakup identifikasi sasaran komunikasi, penetapan tujuan yang terukur (*measurable objectives*), pengembangan pesan kunci (*key messages*), pemilihan media dan kanal komunikasi yang efektif, serta alokasi anggaran dan penjadwalan kegiatan. Selain itu, perencanaan juga harus mempertimbangkan potensi risiko, hambatan komunikasi, serta

²¹ Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosakarya, 2011), 71.

²² Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 326.

reaksi publik terhadap pesan yang akan disampaikan. Dalam lembaga pendidikan seperti madrasah, perencanaan humas dapat diarahkan pada upaya peningkatan partisipasi masyarakat, penguatan citra lembaga, atau peningkatan jumlah pendaftar baru.

Menurut Dwiyan, perencanaan merupakan modal atau langkah awal yang dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat yang di dalamnya merumuskan program-program apa saja yang dapat dilakukan agar masyarakat bisa berpartisipasi pada lembaga pendidikan tersebut.²³ Aktivitas perencanaan meliputi: mengkaji kebijakan yang relevan, menganalisis kondisi lembaga, merumuskan tujuan pengembangan, mengumpulkan data dan informasi, menganalisis data dan informasi, merumuskan dan memilih alternatif program dan menetapkan langkah-langkah kegiatan pelaksanaan. Fungsi pokok dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh humas yaitu bertujuan untuk menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biaya yang dibutuhkan untuk merealisasikan program tersebut.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Menurut Cutlip, Center, dan Broom tindakan dan komunikasi (*action and communication*), yang merupakan implementasi nyata dari rencana yang telah disusun sebelumnya. Dalam tahap ini, semua strategi, pesan, media, dan taktik yang dirancang pada fase perencanaan mulai dilaksanakan secara langsung kepada publik sasaran. Tindakan dan komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga mencakup tindakan nyata organisasi yang dapat membentuk persepsi publik terhadap citra dan reputasi lembaga.²⁴

²³ Fajri Dwiyan, et al., "Manajemen Humas Membangun Peran Masyarakat pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No 2, (Februari 2020), 66.

²⁴ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 328.

Pada fase ini, peran humas sebagai komunikator organisasi menjadi sangat penting. Aktivitas komunikasi yang dilakukan harus bersifat dua arah (*two-way communication*), artinya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima dan menanggapi umpan balik dari publik. Komunikasi juga harus bersifat *planned*, *purposeful*, dan *persuasive*, yakni direncanakan secara matang, bertujuan jelas, dan mampu memengaruhi opini serta sikap publik terhadap organisasi.

Pelaksanaan merupakan suatu fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen. Maka fungsi actuating justru malah lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas dalam bekerja dengan efektif, efisien dan ekonomis.

d. Evaluasi

Tahap terakhir dalam proses manajemen humas menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah evaluasi, yang merupakan proses penilaian terhadap efektivitas program humas yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tujuan komunikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berhasil dicapai, serta untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi maupun pelaksanaan program tersebut. Evaluasi bukanlah tahap yang bersifat opsional, melainkan komponen penting untuk menjamin akuntabilitas, efektivitas, dan efisiensi dalam manajemen humas.²⁵

Evaluasi dapat dilakukan dalam dua bentuk utama: formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama proses pelaksanaan

²⁵ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 331.

program untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai rencana, sedangkan evaluasi sumatif dilakukan setelah program selesai guna menilai dampak dan hasil akhir dari kegiatan komunikasi tersebut. Evaluasi ini mencakup berbagai aspek, seperti keberhasilan penyampaian pesan, jangkauan audiens, perubahan sikap atau perilaku publik, hingga peningkatan citra organisasi di mata masyarakat

Humas mempunyai fungsi timbal balik, keluar dan kedalam. Keluar, humas harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya. Kedalam, humas berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif (kurang menguntungkan) dalam masyarakat sebelum suatu tindakan atau kebijakan itu dijalankan. Citra positif merupakan sasaran utama sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai secara khusus bagi dunia kehumasan. Citra berlandaskan pada nilai-nilai kepercayaan yang kongkret dari pandangan maupun persepsi, atau opini individu dan khalayak yang secara luas disebut citra.

Menurut Widjaja Ardianto humas memiliki fungsi sebagai berikut:²⁶

- 1) Mengabdikan kepentingan publik
- 2) Memelihara komunikasi yang baik
- 3) Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik

Dari fungsi humas seperti yang telah dijelaskan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi

²⁶ Widjaja Ardianto, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 54.

publik dalam upaya menciptakan opini publik yang menguntungkan lembaga atau organisasi.

Target fungsi dari kegiatan humas dalam konteks internal lembaga adalah menjaga suasana diantara karyawan didalam badan atau lembaga. Bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif, keserasian hubungan antara pimpinan dan bawahan, baik secara horizontal ataupun vertikal, sehingga dapat memperkuat tim kerja lembaga.²⁷ Dengan demikian, maka seorang humas dalam menjalankan fungsinya harus memahami tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan kepentingan atau kebutuhan para karyawan sebagai individu dan sebagai anggota kelompok, dan kepentingan instansi. Karena penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya keserasian hubungan diantara para pegawai baik vertikal maupun horizontal dalam memperkuat tim kerja organisasi.

Bagi suatu instansi, hubungan dengan publik diluar organisasi lembaga merupakan suatu keharusan yang mutlak. Hubungan yang harmonis dan baik dapat tercapai hanya dengan pengertian yang ikhlas, tidak dengan paksaan. Semua komunikasi dengan publik eksternal hendaknya dilakukan perusahaan atau instansi secara *informative* dan *persuasive*. Dengan demikian banyak usaha yang dilakukan humas kepada publik eksternal, hal yang dapat dilakukan humas kepada publik eksternal adalah:²⁸

1) Pengumpulan Fakta

Pengumpulan fakta adalah humas harus mampu menemukan atau menentukan masalah serta opini publik terhadap instansi. Dengan demikian humas akan dapat menentukan keinginan publik terhadap instansi.

²⁷ Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, 85.

²⁸ Morissan, *Manajemen Publik Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana:2008), 68.

2) Menentukan masalah (*defining the problem*)

Langkah pertama ini meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau berpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan.

3) Perencanaan dan progam (*planning and programming*)

Masalah yang telah ditentukan pada langkah pertama digunakan untuk menyusun progam, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi. Langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama kedalam kebijakan dan progam organisasi.

4) Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*)

Langkah ketika mencakup kegiatan melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pertanyaan yang harus diajukan pada tahap ini adalah “siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan, di mana, dan bagaimana caranya?”

5) Evaluasi Progam

Langkah terakhir mencakup penilaian dan evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil progam. Progam dapat dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan: Bagaimana kita telah melakukannya? Penyesuaian dan perbaikan terhadap tindakan atau komunikasi yang telah dilaksanakan dapat dilakukan berdasarkan umpan balik yang diterima.

Dengan demikian humas dalam mempererat hubungan dengan orang-orang diluar sekolah (publik) dapat menciptakan opini publik yang menguntungkan lembaga tersebut. penilaian publik terhadap suatu lembaga mengenai pelayanan, kegiatan-kegiatan

dalam lembaga akan memberikan kesan kepada masyarakat dan membentuk opininya, kemudian menentukan sikapnya terhadap lembaga.

C. Citra Lembaga Pendidikan

1. Pengertian Citra Lembaga Pendidikan

Menurut Cutlip, citra adalah kesan, keyakinan, atau persepsi yang dimiliki publik terhadap suatu organisasi berdasarkan pengalaman langsung maupun tidak langsung. Citra dibentuk oleh interaksi organisasi dengan publik, melalui komunikasi, tindakan nyata, pelayanan, produk, dan bahkan berita-berita yang beredar. Citra bukanlah sesuatu yang sepenuhnya bisa dikendalikan oleh organisasi, karena citra itu terbentuk dalam benak publik, meskipun organisasi bisa mengelola dan mempengaruhinya melalui strategi komunikasi dan perilaku organisasi.²⁹

Pengertian citra menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah: (kata benda) gambar, rupa, gambaran; gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau (produk); kesan mental atau bayangan visual yang dibutuhkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.³⁰ Citra merupakan penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai realitas, citra adalah dunia menurut persepsi.³¹ Citra sebagai suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi, dan sebagainya.

Citra suatu lembaga, terutama lembaga pendidikan bisa dilihat mulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publisitas baik yang visual, audio maupun audio visual. Identitas dan citra lembaga juga dalam bentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi internal maupun eksternal.

²⁹ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 334.

³⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 39.

³¹ Soemirat, *Dasar – Dasar Public Relations* (Bandung: Rosda Karya, 2012), 114.

Identitas lembaga akan memancarkan citra (*image*) kepada publik, antara lain di mata *user* (pengguna), komunitas, media, penyumbang dana, staff, dan juga pemerintah sehingga jadilah citra lembaga pendidikan.³²

Citra yang dibentuk akan merepresentasikan jati diri lembaga yang sesungguhnya. Bila suatu lembaga hendak menunjukkan citra terbaiknya, maka harus yakin bahwa ia telah menghasilkan produk yang terbaik pula, untuk segmen pasarnya. Pada prinsipnya persepsi segmen tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan atau perkiraan konsumen terhadap lembaga. Lembaga harus mengingat bahwa dirinya membutuhkan dukungan dari masyarakat. Itulah yang menjadikan citra sebagai sebuah aspek yang sangat sensitif dan memiliki relevansi dengan publik. Kondisi ini juga menjadikan citra sebagai sebuah aset yang rapuh atau mudah hancur. Lembaga yang memiliki reputasi dan citra yang baik, biasanya menikmati enam faktor. Mulai dari hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat, hubungan yang positif dengan pemerintah, risiko terkena masalah yang lebih kecil, rasa kebanggaan.³³

2. Konsep Citra Lembaga

Dalam kajian mengenai citra lembaga pendidikan, khususnya madrasah, terdapat beberapa pendekatan konseptual yang dapat digunakan untuk memahami bagaimana citra itu dibentuk, dipelihara, dan dikomunikasikan kepada publik.³⁴

a. Citra Lembaga Berbasis *Spiritual Communication* (*Spiritual Communication Based Image*)

Citra lembaga pendidikan yang berbasis *spiritual communication* merujuk pada persepsi masyarakat terhadap institusi yang menonjolkan nilai-nilai keagamaan dan pola komunikasi yang bersifat transendental. Dalam konteks pendidikan Islam, spiritual

³² Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 113.

³³ Kirana Ambarwati, *Peran dan Strategi Publik Relations dalam Membangun Citra* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2009), 28.

³⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 164.

communication menjadi fondasi penting karena tidak hanya menyentuh aspek kognitif, tetapi juga afektif dan spiritual peserta didik. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi yang menyentuh nilai spiritual tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga makna hidup, nilai etik, dan rasa kemanusiaan yang dalam, sehingga mampu membentuk persepsi positif masyarakat secara berkelanjutan.³⁵ Menurut Burhan Bungin, komunikasi spiritual merupakan bentuk komunikasi yang tidak hanya bersifat horizontal antara sesama manusia, tetapi juga vertikal, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan. Komunikasi ini melibatkan nilai-nilai ilahiyah, etika, dan akhlak mulia dalam proses penyampaian pesan.³⁶ Ketika sebuah madrasah menjadikan program keagamaan seperti Tahfidz Al-Qur'an, pembiasaan ibadah, dan pembentukan karakter Islami sebagai program unggulan, maka ia secara otomatis membentuk citra sebagai lembaga yang fokus pada pembinaan ruhani. Citra ini menjadi kekuatan tersendiri dalam menarik kepercayaan masyarakat, karena dianggap mampu mendidik siswa secara utuh – tidak hanya secara akademik, tetapi juga spiritual dan moral.

b. Citra Lembaga Berbasis *IAT (Islamic, Artificial Intelligence, and Technology-Based)*

Citra *IAT-Based* merupakan citra lembaga yang dibentuk melalui integrasi nilai-nilai Islam dengan pemanfaatan teknologi dan informasi dalam proses pendidikan. Dalam era digital saat ini, masyarakat memiliki persepsi positif terhadap lembaga yang tidak hanya religius, tetapi juga adaptif terhadap kemajuan teknologi. Menurut R. A. Siregar, penggabungan antara sistem pendidikan Islam dengan teknologi dapat memperkuat efisiensi pengajaran

³⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 164.

³⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2009), 124.

sekaligus meningkatkan daya tarik dan relevansi madrasah.³⁷ Selain itu, Zabidi juga menekankan pentingnya digitalisasi pendidikan Islam sebagai bentuk inovasi dakwah dan pembelajaran.³⁸ Misalnya, penggunaan aplikasi digital, pembelajaran daring berbasis nilai Islam, atau pemanfaatan media sosial untuk publikasi kegiatan madrasah menjadi bukti konkret dari citra ini. Lembaga yang mampu memadukan nilai-nilai spiritual dengan teknologi digital akan dipandang sebagai lembaga yang modern, progresif, dan mampu menjawab tantangan zaman.

c. Citra Lembaga Berbasis Kemitraan (*Partnership-Based Image*)

Citra partnership-based terbentuk dari kemampuan lembaga dalam menjalin relasi yang harmonis dan kolaboratif dengan berbagai pihak eksternal, seperti pemerintah, lembaga sosial, media, dan komunitas lokal. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, pengelolaan hubungan dengan stakeholders merupakan bagian penting dari manajemen hubungan masyarakat yang strategis dalam membentuk citra positif lembaga. Madrasah yang aktif menjalin kerja sama dengan lembaga zakat, instansi pemerintahan seperti KUA atau Dinas Pendidikan, serta organisasi masyarakat akan dinilai lebih terbuka, inklusif, dan partisipatif. Bentuk kemitraan ini memperluas jaringan sosial lembaga dan meningkatkan legitimasi di mata publik. Selain itu, kerja sama eksternal juga dapat memperkuat posisi madrasah sebagai agen perubahan sosial dan pendidikan yang berdampak luas. Oleh karena itu, citra kemitraan ini menggambarkan lembaga yang tidak hanya kuat secara internal, tetapi juga memiliki peran strategis dalam pembangunan komunitas.

³⁷ R. A. Siregar, "Integrasi Teknologi Informasi dan Pendidikan Islam dalam Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Teknologi dan Pendidikan* 14, no. 1 (2021), 71.

³⁸ Ahmad Zabidi, "Digitalisasi Pendidikan Islam: Peluang dan Tantangan dalam Pembelajaran Berbasis Teknologi," *Jurnal Tarbawi* 3, no. 2 (2020), 45.

3. Faktor Pembentukan Citra

Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:³⁹

a. Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah lembaga organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenalan visual, audio dari media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, berita, dan lain-lain. Beragam pengenalan tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi dan sifat pemilik.

b. Identitas Nonfisik

Identitas non fisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang, misalnya, sejarah, filosofi, budaya di dalam organisasi, sistem punish dan reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai kemanusiaan yang ditanamkan dan lain sebagainya.

c. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu di mata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan juga bentuk yang ideal.

d. Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan

³⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, 92.

bsinis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya luar organisasi mencerminkan citra organisasi. Memberikan respon jujur dan memperlihatkan tanggung jawab adalah pola dasar.

4. Peran Citra

Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset yang sangat penting karena citra mempunyai dampak persepsi konsumen dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Peran citra, yaitu:⁴⁰

- a. Citra merupakan harapan, bersama dengan kampanye pemasar eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut. Citra yang positif memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan membuat orang-orang lebih mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut. Citra yang netral atau tidak diketahui mungkin tidak membuat komunikasi dari mulut ke mulut berjalan lebih efektif.
- b. Citra adalah sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi kegiatan perusahaan.
- c. Citra adalah fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen.
- d. Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen.

Setiap perusahaan harus mempunyai citra di masyarakat, dan citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Dampak peringkat citra yang berlainan tersebut terhadap keberhasilan kegiatan bisnis dan pemasaran produk berlainan. Citra yang buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan melemahkan kemampuan bersaing.

5. Meningkatkan Citra Lembaga

Dalam dunia pendidikan, citra lembaga merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi kepercayaan masyarakat serta keberlangsungan institusi itu sendiri. Citra yang positif dapat

⁴⁰ Nova, Firsan, *Crisis Publik Relations: Bagaimana Strategi PR Menghadapi Krisis, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 302.

meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung dan mendukung program-program yang dijalankan oleh lembaga tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi dan pendekatan yang tepat dalam membangun serta meningkatkan citra lembaga. Berbagai cara dapat dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut, baik melalui peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan hubungan dengan masyarakat, hingga pemanfaatan media komunikasi yang efektif. Menurut Syahirul Alim terdapat aspek yang ada dalam meningkatkan citra lembaga:⁴¹

a. Pengelolaan komunikasi

Dalam konteks manajemen kehumasan, pengelolaan komunikasi memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga. Citra lembaga tidak hanya dibangun dari pencapaian akademik atau program unggulan, tetapi juga dari bagaimana lembaga tersebut menjalin komunikasi dengan publik. Komunikasi yang efektif dapat menjadi jembatan antara lembaga dengan masyarakat, sehingga menciptakan hubungan yang harmonis dan penuh kepercayaan. Dua aspek utama dalam pengelolaan komunikasi yang berdampak signifikan terhadap citra lembaga adalah transparansi dan responsivitas.

1) Transparansi

Transparansi merupakan prinsip dasar dalam komunikasi organisasi yang menekankan keterbukaan informasi kepada publik. Dalam konteks lembaga pendidikan, transparansi mencakup penyampaian informasi mengenai program-program madrasah, kebijakan internal, pencapaian, penggunaan anggaran, hingga permasalahan yang dihadapi. Transparansi menunjukkan bahwa lembaga bersikap jujur dan tidak menutup-nutupi informasi yang seharusnya diketahui oleh stakeholder, seperti wali murid, masyarakat, atau mitra kerja sama.

⁴¹ Syahirul Alim, *Digital PR: Dasar-Dasar Strategi Komunikasi di Era Digital* (Lamongan: Global Interactive Media, 2024), 15.

Menurut Grunig dan Hunt dalam model komunikasi dua arah simetris (*two-way symmetrical communication model*), transparansi menjadi elemen penting dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga dan publik. Model ini menekankan pentingnya dialog terbuka, saling pengertian, dan penciptaan konsensus bersama.⁴² Komunikasi bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan secara sepihak, tetapi juga menjadi sarana untuk membentuk persepsi positif melalui keterlibatan publik dalam proses komunikasi. Pentingnya transparansi juga sejalan dengan konsep *corporate transparency* dalam hubungan masyarakat modern, di mana lembaga dituntut untuk memberikan informasi yang jelas, faktual, dan dapat diverifikasi. Keterbukaan ini meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap lembaga, karena mereka merasa dilibatkan dan tidak dikecewakan oleh ketidakpastian informasi.

2) Responsif

Responsivitas dalam komunikasi mencerminkan sejauh mana lembaga mampu menanggapi secara cepat dan tepat berbagai bentuk pertanyaan, aspirasi, kritik, ataupun kebutuhan dari publik. Lembaga yang responsif akan lebih mudah membangun kedekatan emosional dengan masyarakat karena menunjukkan bahwa mereka peduli, hadir, dan siap melayani. Dalam era digital saat ini, responsivitas bahkan menjadi indikator utama profesionalisme suatu lembaga, terutama ketika publik menggunakan media sosial atau platform daring untuk menyampaikan pesan.

Cutlip, Center, dan Broom dalam buku *Effective Public Relations* menyebutkan bahwa komunikasi yang baik adalah

⁴² James E. Grunig dan Todd Hunt, *Managing Public Relations* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984), 22–23.

komunikasi yang bersifat interaktif. Responsif merupakan bagian dari interaksi tersebut, di mana lembaga tidak hanya menjadi pengirim pesan, tetapi juga pendengar aktif yang mampu merespons balik dengan cepat dan relevan. Kemampuan untuk menanggapi publik dengan baik menunjukkan bahwa lembaga menghargai hubungan dua arah, bukan sekadar menampilkan pencitraan satu arah. Responsif juga memperkuat kepercayaan masyarakat karena menunjukkan bahwa lembaga tidak mengabaikan suara publik. Dalam jangka panjang, responsivitas akan memperkuat loyalitas dan memperluas jaringan dukungan sosial yang berdampak positif pada peningkatan citra lembaga.⁴³

b. Strategi Pemasaran

Dalam konteks lembaga pendidikan, strategi pemasaran bukan sekadar kegiatan komersial seperti dalam dunia bisnis, melainkan sebuah pendekatan untuk memperkenalkan nilai, keunggulan, serta identitas lembaga kepada masyarakat luas. Tujuannya adalah menciptakan persepsi positif yang dapat menarik minat publik untuk bergabung, mendukung, atau mempercayai lembaga tersebut. Strategi pemasaran yang efektif berperan penting dalam membentuk citra lembaga yang unggul dan kredibel. Dua aspek kunci dalam strategi pemasaran adalah branding dan promosi, yang saling melengkapi dalam upaya memperluas pengaruh lembaga di tengah masyarakat.

1) Branding

Branding merupakan proses membangun identitas dan citra lembaga secara konsisten dan strategis. Dalam lembaga pendidikan, branding tidak hanya terkait logo atau slogan, melainkan menyangkut seluruh pengalaman dan persepsi yang dibentuk publik terhadap lembaga tersebut, mulai dari mutu

⁴³ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*, 339.

layanan, budaya sekolah, prestasi siswa, hingga nilai-nilai yang dijunjung.

Menurut Keller dalam bukunya *Strategic Brand Management*, branding adalah upaya untuk menciptakan kesan tertentu di benak konsumen agar mereka memiliki asosiasi yang kuat dan positif terhadap merek tersebut. Dalam konteks lembaga pendidikan, hal ini berarti lembaga perlu membangun keunikan (*brand identity*) yang mencerminkan nilai-nilai inti, visi, dan keunggulan kompetitifnya dibandingkan lembaga lain. Brand yang kuat akan memudahkan lembaga dalam membangun kepercayaan publik.⁴⁴ Ketika masyarakat sudah mengenali dan mengaitkan lembaga dengan kualitas tertentu, maka persepsi positif itu akan menjadi aset yang sangat berharga dalam meningkatkan citra jangka panjang. Branding juga membantu dalam membentuk loyalitas masyarakat terhadap lembaga, karena mereka merasa terhubung secara emosional dan nilai dengan lembaga tersebut.

2) Promosi

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai lembaga kepada khalayak luas dengan cara yang menarik dan persuasif. Melalui promosi, lembaga dapat mengomunikasikan keunggulan program, fasilitas, kegiatan siswa, hingga prestasi yang diraih, sehingga menciptakan daya tarik tersendiri di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

Promosi termasuk dalam bauran pemasaran (*promotion mix*) yang mencakup berbagai saluran seperti periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan media digital. Dalam dunia pendidikan, promosi bisa

⁴⁴ Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2013), 30.

dilakukan melalui brosur, media sosial, website resmi, pameran pendidikan, hingga kunjungan ke masyarakat secara langsung. Efektivitas promosi tidak hanya terletak pada seberapa luas jangkauannya, tetapi juga pada relevansi pesan dan kemampuan lembaga dalam membangun komunikasi emosional dengan publik. Oleh karena itu, penting bagi lembaga untuk merancang promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh nilai-nilai dan kebutuhan masyarakat sasaran.

c. Kegiatan Sosial dan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Dalam membangun citra positif lembaga, keterlibatan dalam kegiatan sosial dan pelaksanaan program tanggung jawab sosial lembaga atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi elemen yang sangat strategis. CSR tidak hanya relevan dalam dunia korporasi, tetapi juga penting diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan. Melalui kegiatan sosial yang bersifat partisipatif dan pengelolaan hubungan yang baik dengan masyarakat, lembaga dapat memperkuat posisinya sebagai entitas yang tidak hanya mementingkan prestasi internal, tetapi juga peduli dan hadir secara aktif di tengah-tengah masyarakat.

1) Partisipasi dalam Kegiatan Masyarakat

Salah satu bentuk CSR yang paling mudah diimplementasikan adalah dengan terlibat langsung dalam kegiatan masyarakat. Partisipasi ini dapat berupa keikutsertaan dalam kegiatan kemasyarakatan seperti gotong royong, pengajian, hari besar keagamaan, pelatihan masyarakat, kegiatan donor darah, bakti sosial, atau kegiatan lingkungan seperti penghijauan dan bersih desa.

Menurut Carroll dalam teori *Pyramid of Corporate Social Responsibility*, salah satu komponen penting dari CSR adalah *ethical responsibility*, yaitu kewajiban moral lembaga untuk bertindak sesuai dengan norma sosial, budaya, dan nilai-

nilai masyarakat. Keterlibatan dalam kegiatan masyarakat menunjukkan bahwa lembaga tidak hanya fokus pada kegiatan internal, tetapi juga menghormati dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial warga sekitarnya.⁴⁵ Semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat sekitar, memiliki hak untuk diperhatikan oleh lembaga. Dengan menunjukkan kepedulian melalui partisipasi aktif, lembaga pendidikan dapat memperkuat relasi sosial dan menciptakan simpati yang pada akhirnya berdampak positif pada citra dan kepercayaan masyarakat.

2) Program Pengelolaan Masyarakat

Tidak hanya terlibat dalam kegiatan masyarakat, lembaga juga dapat menyusun dan menjalankan program pengelolaan masyarakat sebagai bentuk CSR yang lebih terstruktur. Pengelolaan masyarakat merujuk pada inisiatif yang dirancang oleh lembaga untuk memberdayakan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar secara berkelanjutan. Contohnya adalah program pelatihan keterampilan bagi warga, bimbingan belajar gratis, pemberdayaan ekonomi masyarakat, atau kerja sama dengan UMKM lokal.

Konsep ini sejalan dengan pendekatan *community development*, yaitu proses yang bertujuan memberdayakan masyarakat agar mampu mengelola perubahan secara mandiri. Menurut Bhattacharyya, *community development* dalam konteks lembaga pendidikan menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara institusi dan masyarakat, di mana lembaga tidak hanya menjadi pusat belajar, tetapi juga agen perubahan sosial.⁴⁶ Dalam konteks CSR, program pengelolaan masyarakat

⁴⁵ Archie B Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons* 34, no. 4 (1991): 39

⁴⁶ Jnanabrata Bhattacharyya, Theorizing Community Development, *Journal of the Community Development Society*, Vol. 34, No. 2, 5.

mencerminkan tanggung jawab sosial yang bersifat discretionary, yaitu bentuk kontribusi yang bersifat sukarela dan melebihi kewajiban formal lembaga. Inisiatif ini memberi dampak jangka panjang pada persepsi masyarakat karena menunjukkan bahwa lembaga benar-benar berkomitmen untuk menjadi bagian dari solusi sosial, bukan sekadar menjalankan fungsi administratif.

d. Hubungan dengan Media

Hubungan yang baik dengan media merupakan salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi lembaga untuk membangun citra yang positif. Media, baik cetak, elektronik, maupun digital, berperan sebagai perpanjangan tangan lembaga dalam menyampaikan informasi kepada publik. Melalui kerja sama yang aktif dan strategis dengan media, lembaga dapat mengelola opini publik, memperluas jangkauan pesan, serta memperkuat kredibilitas di mata masyarakat. Dua bentuk utama dari hubungan dengan media adalah pemberitaan positif dan *press release* (siaran pers).

1) Pemberitaan Positif

Pemberitaan positif merupakan hasil dari hubungan strategis antara lembaga dengan media, di mana lembaga secara aktif menginformasikan kegiatan, prestasi, program unggulan, dan kontribusi sosial yang layak diberitakan secara luas. Pemberitaan yang baik dan positif memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik, menciptakan citra unggul, serta memperkuat posisi lembaga dalam persaingan dengan institusi lain.

Menurut Wilcox dan Cameron, dalam buku *Public Relations: Strategies and Tactics*, media memiliki kekuatan besar dalam membentuk realitas sosial (*media framing*), karena publik cenderung mempercayai informasi yang berasal dari

media yang dianggap kredibel.⁴⁷ Oleh karena itu, pemberitaan positif yang dimuat di media tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai penguat reputasi. Pemberitaan yang bernada positif bisa muncul dari kegiatan peliputan oleh wartawan, kolaborasi media, atau bahkan dari liputan komunitas yang mendapatkan perhatian media. Namun, pemberitaan ini tidak akan muncul secara otomatis, perlu ada upaya dari lembaga untuk membangun komunikasi yang baik, konsisten, dan terbuka dengan pihak media.

Hubungan yang baik dengan media merupakan salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi lembaga untuk membangun citra yang positif. Media, baik cetak, elektronik, maupun digital, berperan sebagai perpanjangan tangan lembaga dalam menyampaikan informasi kepada publik. Melalui kerja sama yang aktif dan strategis dengan media, lembaga dapat mengelola opini publik, memperluas jangkauan pesan, serta memperkuat kredibilitas di mata masyarakat.

2) *Press release* (siaran pers)

Press release atau siaran pers adalah dokumen resmi yang dikeluarkan lembaga untuk menginformasikan suatu peristiwa, kegiatan, pencapaian, atau kebijakan tertentu kepada media massa. Siaran pers dirancang untuk memudahkan media dalam memahami dan menyebarkan informasi penting yang ingin disampaikan lembaga kepada publik. Format penulisan siaran pers umumnya mencakup unsur 5W+1H (*what, who, where, when, why, dan how*), disusun dengan gaya jurnalistik, dan mengandung kutipan resmi dari pihak lembaga.

⁴⁷ Dennis L. Wilcox dan Glen T. Cameron, *Public Relations: Strategies and Tactics*, 11th ed. (Boston: Pearson, 2014) 379.

Menurut Newsom, Turk, dan Kruckeberg (2013) dalam buku *This is PR: The Realities of Public Relations*, siaran pers adalah salah satu alat komunikasi paling efektif dalam hubungan media, karena bersifat resmi dan memudahkan media dalam menyampaikan informasi tanpa harus mencari narasumber secara langsung. Press release juga memungkinkan lembaga mengontrol narasi yang disampaikan ke publik, sekaligus menjaga konsistensi pesan.⁴⁸

Siaran pers yang baik bukan hanya informatif, tetapi juga strategis mengandung pesan yang ingin ditegaskan kepada publik, seperti kesuksesan program, komitmen sosial, atau inovasi pendidikan. Jika dikelola dengan tepat, siaran pers dapat menjadi alat komunikasi yang murah, efektif, dan berdaya jangkauan luas untuk membangun citra positif lembaga secara berkelanjutan.

e. Penggunaan Media Sosial

Di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu kanal komunikasi paling strategis dalam membentuk citra lembaga. Media sosial memungkinkan lembaga untuk menjangkau publik secara luas, cepat, dan interaktif tanpa batasan ruang dan waktu. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter (X), YouTube, dan TikTok telah menjadi sarana penting bagi lembaga pendidikan dalam membangun kehadiran digital, membagikan informasi, dan berinteraksi dengan berbagai lapisan masyarakat. Dua elemen utama dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra lembaga adalah interaksi langsung dan konten berkualitas.

1) Interaksi Langsung

Salah satu keunggulan utama media sosial dibandingkan dengan media konvensional adalah kemampuannya menciptakan

⁴⁸ Doug Newsom, Judy VanSlyke Turk, dan Dean Kruckeberg, *This is PR: The Realities of Public Relations*, 11th ed. (Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2013), 232

komunikasi dua arah yang bersifat langsung dan real-time. Interaksi langsung dengan pengikut atau audiens, baik melalui komentar, balasan pesan, live streaming, maupun sesi tanya jawab, dapat meningkatkan kedekatan emosional antara lembaga dan publik. Ketika lembaga aktif merespons pertanyaan, masukan, atau bahkan kritik dari masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa lembaga bersifat terbuka, adaptif, dan menghargai suara publik.

Menurut Kaplan dan Haenlein dalam artikel *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, media sosial tidak hanya merupakan alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga ruang dialog dan partisipasi. Interaksi aktif merupakan bentuk komunikasi horizontal yang menjadikan publik sebagai mitra, bukan sekadar penerima pesan.⁴⁹ Dengan membangun engagement yang baik, lembaga dapat memperkuat loyalitas publik dan menciptakan komunitas yang merasa dilibatkan dalam perjalanan lembaga tersebut. Dalam konteks lembaga pendidikan, interaksi langsung juga memberi kesan bahwa lembaga peduli terhadap aspirasi orang tua, calon siswa, maupun masyarakat umum. Hal ini sangat penting dalam membentuk citra sebagai lembaga yang humanis, komunikatif, dan inklusif.

2) Konten Berkualitas

Di samping interaksi, kualitas konten yang dipublikasikan melalui media sosial menjadi faktor kunci dalam membentuk persepsi publik. Konten berkualitas mencakup berbagai aspek: informatif, menarik secara visual, konsisten dengan identitas lembaga, serta memiliki nilai inspiratif atau edukatif. Konten yang baik akan lebih mudah dibagikan

⁴⁹ Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010), 59.

(*shareable*), memperoleh tanggapan positif, dan menciptakan kesan profesional terhadap lembaga.

Menurut teori dari Pulizzi dalam *Epic Content Marketing*, konten yang berhasil adalah konten yang mampu memberikan nilai kepada audiens dan disampaikan secara konsisten untuk menarik dan mempertahankan khalayak yang jelas, dengan tujuan menggerakkan mereka untuk melakukan tindakan yang menguntungkan.⁵⁰ Dalam lembaga pendidikan, konten semacam ini bisa berupa dokumentasi kegiatan siswa, testimoni wali murid, prestasi akademik, nilai-nilai moral lembaga, atau video kreatif tentang kegiatan belajar mengajar. Selain itu, penggunaan desain visual yang menarik dan narasi yang menyentuh aspek emosional juga dapat meningkatkan *brand image* lembaga. Konten berkualitas membantu menciptakan identitas digital yang kuat, serta membedakan lembaga dari institusi lain.

f. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi merupakan proses penting dalam manajemen strategis sebuah lembaga, termasuk dalam upaya membangun dan mempertahankan citra positif. Dalam konteks komunikasi dan hubungan masyarakat, evaluasi berfungsi untuk menilai efektivitas strategi yang telah dijalankan, mengetahui respon publik, dan menjadi dasar perbaikan di masa mendatang. Evaluasi yang baik tidak hanya dilakukan secara internal, tetapi juga melibatkan umpan balik dari pihak eksternal seperti siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, antara lain survei dan riset, pengukuran persepsi masyarakat, serta analisa terhadap citra lembaga.

⁵⁰ Joe Pulizzi, *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less* (New York: McGraw-Hill Education, 2014), 5.

1) Survei dan Riset

Survei dan riset merupakan alat utama dalam memperoleh data objektif mengenai efektivitas strategi komunikasi serta pandangan masyarakat terhadap lembaga. Survei dapat dilakukan secara berkala untuk mengukur tingkat kepuasan publik, efektivitas media sosial, atau tanggapan terhadap program-program lembaga. Riset kualitatif seperti wawancara mendalam atau FGD (*Focus Group Discussion*) juga dapat menggali persepsi yang lebih mendalam dan kaya makna.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam *Effective Public Relations*, evaluasi berbasis survei adalah komponen integral dalam siklus perencanaan komunikasi. Mereka mengemukakan bahwa riset tidak hanya dilakukan di awal sebagai diagnosis, tetapi juga di akhir sebagai *evaluative research* untuk mengukur hasil dan efek kampanye.⁵¹ Tanpa riset, strategi komunikasi bisa berjalan tanpa arah yang jelas, dan hasilnya tidak bisa diukur secara ilmiah.

2) Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga

Citra lembaga pada dasarnya terbentuk dari persepsi publik, bukan semata-mata dari pesan yang ingin disampaikan oleh lembaga. Oleh karena itu, penting bagi institusi untuk secara aktif mengukur bagaimana masyarakat memandang keberadaan dan kontribusinya. Persepsi masyarakat dapat menjadi indikator sejauh mana strategi komunikasi yang dijalankan berhasil atau perlu diperbaiki.

Menurut Grunig dan Hunt dalam *Managing Public Relations*, pemahaman terhadap publik dan segmentasi khalayak menjadi kunci dalam manajemen humas. Mereka menekankan pentingnya pendekatan simetris dua arah, di mana komunikasi tidak hanya bersifat satu arah (*informing*), tetapi juga

⁵¹ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*, 341.

mengakomodasi tanggapan balik masyarakat (*responding*). Dengan memahami persepsi masyarakat, lembaga dapat menyesuaikan strategi komunikasi untuk lebih tepat sasaran dan meningkatkan kepercayaan publik. Metode pengukuran persepsi bisa dilakukan melalui wawancara terbuka, kuisioner tertutup, atau analisis media sosial (*social listening*), yang memungkinkan lembaga menangkap sentimen publik secara *real-time*.

3) Analisa Citra Lembaga

Analisa citra lembaga adalah proses reflektif untuk menilai bagaimana lembaga dilihat oleh stakeholder internal dan eksternal. Citra merupakan interpretasi subjektif publik terhadap identitas lembaga. Proses analisis ini dapat melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber, termasuk hasil survei, media monitoring, tanggapan masyarakat di media sosial, serta observasi lapangan.

Menurut Fombrun dalam bukunya *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*, reputasi dan citra organisasi dibangun dari akumulasi persepsi publik terhadap tindakan, komunikasi, dan pencapaian institusi. Analisis citra lembaga sangat berguna untuk mengidentifikasi elemen-elemen mana yang menjadi kekuatan citra (positif) dan mana yang menjadi tantangan (negatif).⁵² Hasil analisis ini dapat digunakan untuk memperbaiki strategi komunikasi dan memperkuat aspek-aspek unggulan lembaga. Dengan menganalisis citra secara menyeluruh, lembaga dapat melakukan perencanaan strategis jangka panjang dalam membangun reputasi yang kokoh dan berkelanjutan.

⁵² Charles J. Fombrun, *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image* (Boston: Harvard Business School Press, 1996), 72.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam bagaimana manajemen humas dijalankan dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Ponorogo. Peneliti tidak menggunakan angka atau statistik, melainkan mengamati langsung kegiatan dan interaksi yang terjadi di lapangan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk mengetahui secara nyata bagaimana peran humas dijalankan oleh pihak madrasah. Peneliti berusaha memahami makna yang dibangun oleh para pelaku di lingkungan madrasah, seperti kepala sekolah, staf tata usaha yang merangkap tugas humas, guru, serta wali murid, terkait dengan citra madrasah *tahfidz qur'an*. Seluruh kegiatan penelitian berlangsung dalam kondisi alami tanpa adanya rekayasa atau perlakuan khusus terhadap subjek yang diteliti. Penelitian dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah (*naturalistic*) bukan hasil perlakuan (*treatment*) atau manipulasi variabel yang dilibatkan.⁵³

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena fokus pada satu lembaga, yaitu MI Ma'arif Cekok Ponorogo, untuk memahami secara mendalam bagaimana manajemen humas dijalankan dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an*. Penelitian dilakukan langsung di lingkungan madrasah dalam kondisi yang sebenarnya, tanpa intervensi atau perlakuan tertentu dari peneliti. Dengan kata lain, penelitian studi kasus lebih tepat menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menggunakan teori sebagai acuan penelitian, baik untuk menentukan arah, konteks, maupun posisi hasil penelitian. Menempatkan objek penelitian sebagai kasus, yaitu

⁵³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 85.

fenomena yang dipandang sebagai suatu sistem kesatuan yang menyeluruh, tetapi terbatas dalam kerangka konteks tertentu. Memandang kasus sebagai fenomena yang bersifat kontemporer, yang sedang terjadi, telah selesai terjadi, tetapi masih memiliki dampak yang dapat dirasakan pada saat penelitian dilaksanakan atau dapat menunjukkan perbedaan dengan fenomena yang biasa terjadi.⁵⁴

B. Data dan Sumber Data

Data adalah segala fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Data merupakan materi mentah yang membentuk semua laporan penelitian. Data dapat diklasifikasi berdasarkan sifat, sumber dan juga skala pengukurannya. Berdasarkan sifatnya data kualitatif berupa kata-kata atau pernyataan-pernyataan.⁵⁵

Data yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung dari pihak yang diperlukan datanya dengan penelitian.⁵⁶

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya. Melalui data ini peneliti memperoleh gambaran umum tentang Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok. Pada penelitian ini peneliti mencari data dengan menggali informasi secara wawancara mendalam dengan informan yang ada di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok yaitu Kepala Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok, Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok, Guru Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok serta Wali Murid Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok.

⁵⁴ *Ibid.*, 121.

⁵⁵ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 77.

⁵⁶ *Ibid.*, 78.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung dari pihak yang diperlukan datanya. Data sekunder dapat juga dikatakan sebagai data pelengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data agar data yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan peneliti. Artinya data primer yang diperoleh tidak diragukan karena juga didukung oleh data sekunder. Data sekunder pada penelitian ini meliputi: notulensi terkait perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan citra Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah untuk mengungkap berupa kondisi perilaku masyarakat yang diteliti dan situasi lingkungan di sekitarnya.⁵⁷ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini digunakan karena peneliti ingin memahami makna dari peran humas secara langsung dari para pelaku yang terlibat. Untuk itu, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan subjek yang relevan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi di lingkungan MI Ma'arif Cekok Ponorogo untuk melihat langsung bagaimana kegiatan umas yang dijalankan.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data karena peneliti ingin menggali informasi secara mendalam dari para responden yang terlibat langsung dalam kegiatan humas di MI Ma'arif Cekok Ponorogo. Wawancara ini membantu peneliti memahami permasalahan, pengalaman, serta

⁵⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 141.

pandangan para informan mengenai bagaimana manajemen humas dijalankan dan bagaimana pengaruhnya terhadap citra lembaga. Teknik ini dipilih karena jumlah responden relatif terbatas dan setiap informan memiliki informasi yang kaya dan relevan dengan fokus penelitian.⁵⁸

Wawancara awal yang dilakukan secara terstruktur dengan tujuan memperoleh keterangan atau informasi secara detail dan mendalam mengenai pandangan responden tentang manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok. Pihak yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok
- b. Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok
- c. Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok
- d. Guru Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok
- e. Wali Murid Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya mengandalkan teori atau data sekunder, tetapi turun langsung ke lapangan, yaitu ke lingkungan MI Ma'arif Cekok Ponorogo. Peneliti melakukan observasi untuk melihat secara langsung aktivitas dan interaksi yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas humas dalam membangun citra lembaga. Selama proses observasi, peneliti mencatat hal-hal penting dalam bentuk *field notes* (catatan lapangan), baik saat proses berlangsung maupun setelahnya. Catatan ini mencakup peristiwa, kebiasaan, atau pola

⁵⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 137.

komunikasi yang muncul dan relevan dengan fokus penelitian, serta respons dari subjek yang diamati.⁵⁹

Observasi atau pengamatan langsung dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Hal-hal yang diobservasi dalam penelitian ini yaitu media sosial yang digunakan dalam promosi, kegiatan mengaji metode ummi yang dilaksanakan setiap hari dan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen humas dalam citra madrasah *tahfidz qur'an* di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.⁶⁰ Tentunya dalam hal ini adalah catatan tertulis yang sering digunakan untuk memperoleh data dokumen tentang manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok terkait proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dalam kegiatan PPDB seperti dokumentasi kegiatan ekstrakurikuler Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok. Selain itu dokumen berupa gambar atau foto dapat diperoleh dengan mengambil gambar saat pelaksanaan kegiatan baik saat pembelajaran maupun kegiatan ekstrakurikuler serta setiap kegiatan perlombaan yang diikuti hingga memperoleh prestasi.

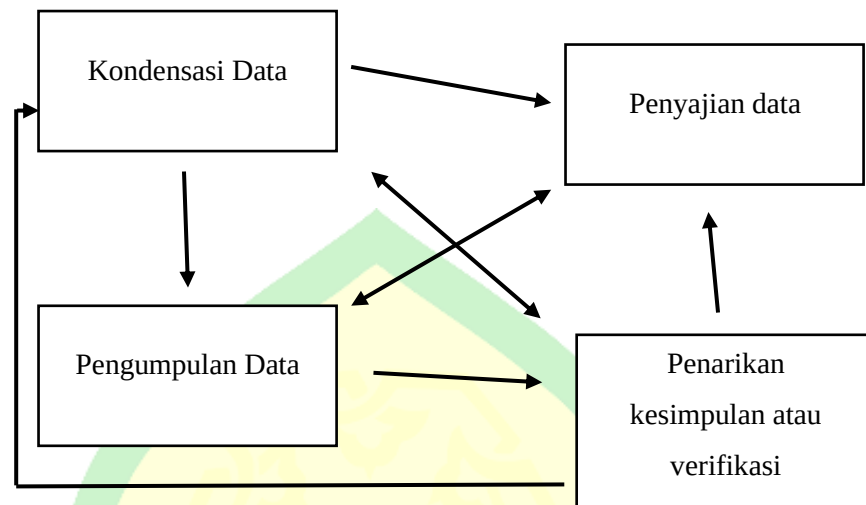
D. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, mejabarkan ke dalam unit-unit, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶¹

⁵⁹ Galang Surya Gumilang, "Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling" *Jurnal Fokus Konseling*, Vol 2, No. 2 (Agustus 2016), 154.

⁶⁰ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, 143.

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244.



Gambar 3.1 Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pengolahan data kualitatif, mengikuti konsep yang sudah diberikan oleh Miles, Huberman dan Saldana yang mengemukakan bahwa ada empat jenis kegiatan dalam analisis data, yaitu sebagai berikut:⁶²

1. Pengumpulan data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga metode ini menghasilkan data kualitatif yang bersifat deskriptif dan mendalam. Karena data yang diperoleh tidak berbentuk angka, tetapi berupa narasi, kutipan, dan catatan lapangan, maka peneliti harus menggunakan keterampilan analisis yang kuat untuk mengintegrasikan dan menginterpretasikan temuan dari berbagai sumber. Peneliti membaca ulang hasil wawancara, mencermati catatan observasi, serta menelaah dokumen yang relevan untuk menemukan pola, tema, dan makna yang sesuai dengan fokus penelitian tentang manajemen humas di MI Ma'arif Cekok Ponorogo.

⁶² Miles, Huberman dan Saldana, *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd. Thousand Oaks, 167.

2. Kondensasi Data

Pada tahap kondensasi data dalam penelitian di MI Ma'arif Cekok Ponorogo, peneliti mulai memilih dan menyederhanakan data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang berupa transkrip wawancara dengan kepala madrasah, Waka Humas, guru, serta wali murid, maupun catatan lapangan dan dokumen kegiatan humas, dianalisis untuk disaring sesuai fokus penelitian. Informasi yang relevan kemudian diringkas dan dikelompokkan agar memudahkan dalam tahap analisis selanjutnya, tanpa menghilangkan makna dan konteks yang muncul dari interaksi langsung di lapangan.

3. Penyajian data

Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman mengenai manajemen humas di MI Ma'arif Cekok Ponorogo dan untuk memberikan dasar yang jelas dalam pengambilan keputusan atau rekomendasi. Data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang menggambarkan temuan-temuan utama dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, untuk memvisualisasikan hubungan antar berbagai elemen yang terlibat dalam manajemen humas, peneliti juga menggunakan matriks jaringan kerja. Matriks ini membantu menggambarkan interaksi dan alur kerja yang ada antara pihak-pihak terkait.

4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan simpulan dalam penelitian ini dilakukan setelah menganalisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi di MI Ma'arif Cekok Ponorogo. Simpulan ini merangkum temuan-temuan utama yang menjawab fokus penelitian mengenai peran manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* lembaga. Hasil simpulan disajikan secara deskriptif, dengan menggambarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan, serta mengaitkan

temuan dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Simpulan ini juga memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antar berbagai pihak di madrasah dalam upaya memperkuat citra madrasah *tahfidz qur'an*.

E. Pengecekan Keabsahan Data

Pada bagian ini, peneliti harus menekankan teknik apa yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data yang ditemukan. Berikut beberapa teknik untuk mengecek keabsahan data selama proses penelitian:⁶³

1. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan mengacu pada proses analisis konstan atau tentatif yang mencari penjelasan yang konsisten dalam berbagai cara. Dalam proses analisis data di MI Ma'arif Cekok Ponorogo, peneliti berusaha membatasi berbagai faktor yang tidak relevan agar fokus hanya pada hal-hal yang paling penting dan berhubungan langsung dengan manajemen humas. Peneliti secara berkelanjutan mengamati dan mencatat temuan penelitian kemudian diperiksa secara rinci, untuk memastikan bahwa pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut tidak hanya bersifat umum atau dangkal, tetapi benar-benar mencerminkan situasi aktual di lingkungan MI Ma'arif Cekok.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan hal-hal selain data untuk memeriksa atau membandingkan dengan data. Pencarian dapat dilakukan dengan cara membandingkan data observasi dengan data wawancara, membandingkan hasil wawancara informan dengan informan lain, dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen terkait. Melakukan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan memeriksa ulang kepercayaan informasi yang diperoleh melalui penelitian kualitatif dengan waktu dan alat yang berbeda. Peneliti dapat mencapai tujuan ini dengan cara berikut:

⁶³ *Ibid.*, 220.

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang dengan situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- c. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan orang menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dengan demikian peneliti memilih triangulasi sumber dan triangulasi metode.

- a. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.⁶⁴ Penerapan triangulasi sumber dalam konteks penelitian ini adalah peneliti membandingkan semua hasil informasi dengan teori tentang manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* yang bersumber dari literatur-literatur yang digunakan dalam penelitian, hasil wawancara dengan sumber informasi, dan dokumentasi yang ada di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo
 - b. Triangulasi metode digunakan untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Penerapan triangulasi metode dalam penelitian ini adalah penggunaan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sudah diperoleh baik berupa kata-kata, tabel maupun foto dokumentasi dari penelitian ini kemudian membandingkan dengan teori tentang manajemen humas.
3. Kecukupan Referensial

Konsep kecukupan referensial dalam penelitian ini diterapkan sebagai upaya untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 373.

diverifikasi dan dievaluasi kembali secara akurat. Peneliti menggunakan alat bantu seperti kamera dan *tape recorder* (alat perekam suara) selama proses wawancara dan observasi di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo. Hasil rekaman ini dimanfaatkan untuk meninjau ulang data yang telah dikumpulkan, kemudian dibandingkan dengan catatan lapangan dan dokumen yang ada. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang digunakan dalam analisis benar-benar sesuai dengan kondisi nyata dan tidak terjadi kekeliruan interpretasi.



BAB IV
PERENCANAAN, PELAKSANAAN DAN EVALUASI MANAJEMEN
HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA
MADRASAH *TAHFIDZ QUR'AN* DI MI MA'ARIF CEKOK
BABADAN PONOROGO

A. Paparan Data Umum

1. Profil Sekolah

Sebelum memperoleh ijin operasional dahulunya MI Ma'arif Cekok berbentuk Madrasah Diniyah siswa siswinya masuk pada pagi dan sore seperti system shift. Setelah memperoleh izin pendirian dari Lembaga Pendidikan Ma'arif dan Kemenag RI Tahun 1934 maka beralih menjadi pendidikan formal yang Bernama MI Ma'arif Cekok. Tahun 1975 MI Ma'arif Cekok memperoleh legalitas untuk menyelenggarakan dan melaksanakan Ujian Mandiri. Dari tahun ke tahun minat Masyarakat menyekolahkan putra putrinya di MI Ma'arif Cekok terus meningkat, hal itu yang membuat MI Ma'arif Cekok dilirik memperoleh bantuan MEDP (*Madrasah Education Development Project*) dari Pemerintah Belanda Tahun 2009.

MI Ma'arif Cekok mencoba untuk selalu membuat inovasi baru, seperti metode pembelajaran, pengembangan kurikulum, manajemen sekolah, keterlibatan wali murid, tahfidz Al-Qur'an serta kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial ataupun lainnya dengan harapan dapat meningkatkan kualitas. MI Ma'arif Cekok mempunyai program seperti: Fun Learning Activies, Solat Dhuha, Solat Jamaah, Tahfidz Al Qur'an, TPQ, Bimtek Guru, Pramuka, Uji Publik, Team Teaching, dan lain-lain.

2. Letak Geografis MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok yang berlokasi di Jl. Sunan Kalijaga No. 186 Cekok Babadan Ponorogo. Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok

merupakan madrasah ibtidaiyah yang mengadakan program manajemen manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an*, serta salah satu madrasah swasta di kabupaten ponorogo yang letaknya cukup strategis. Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok semakin tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah peserta didik hingga berbagai macam pesertasi yang telah diraih, serta banyaknya kegiatan ekstrakurikuler dan keterampilan - keterampilan yang ada, yang membuat Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok semakin dikenal dan diminati oleh banyak masyarakat yang ingin bersekolah di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif Cekok.

3. Visi dan Misi MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Madrasah Ibtida'iyah Ma'arif Cekok sebagai lembaga pendidikan mengemban amanah untuk mencapai dan mendukung visi dan misi Pendidikan Nasional serta pendidikan di daerah masing-masing. Oleh karena itu MI Ma'arif Cekok memiliki visi dan misi Madrasah yang dapat dijadikan arah kebijakan dalam mencapai tujuan pendidikan yang dicita-citakan. Adapun visi MI Ma'arif Cekok adalah : “Membentuk pribadi yang sholeh, intelek, santun, berprestasi, berhaluan Ahlussunnah Waljamaah”

Untuk mewujudkan visi MI Ma'arif Cekok, maka ditetapkan misi sebagai berikut :

- a. Melaksanakan pengembangan kurikulum yang terpadu
- b. Mewujudkan peserta didik yang memiliki daya saing dalam prestasi Ujian Nasional dan non Akademik
- c. Mengoptimalkan program TPQ dan hafalan juz 30 untuk mewujudkan peserta didik yang unggul baca tulis Al-Qur'an serta hafal Juz 30
- d. Menanamkan ajaran dan nilai – nilai Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah dalam kehidupan sehari-hari
- e. Melakukan inovasi secara terus-menerus dalam strategi pembelajaran

- f. Melaksanakan pengembangan professionalism dan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan
- g. Melaksanakan pengembangan sarana prasarana dan media pembelajaran
- h. Melaksanakan pengembangan manajemen berbasis madrasah
- i. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membangun pembiayaan pendidikan
- j. Melaksanakan penilaian yang otentik dan variative

4. Tujuan MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Tujuan madrasah dijabarkan berdasarkan tujuan umum pendidikan, visi, dan misi madrasah. Berdasarkan visi dan misi MI Ma'arif Cekok menjabarkan tujuan MI Ma'arif Cekok sebagai berikut :

- a. Mewujudkan Madrasah Ibtida'iyah Ma'arif Cekok unggul dalam bidang akademis dan akhlakul karimah
- b. Menciptakan lingkungan Madrasah yang kondusif, aman dan nyaman untuk proses belajar mengajar
- c. Menjadikan Madrasah sebagai pusat pengembangan bakat, minat dan pembinaan prestasi murid
- d. Mewujudkan SDM Madrasah yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing dan memiliki pengetahuan umum yang luas untuk bekal kiprahnya dalam Masyarakat
- e. Mewujudkan Madrasah Unggulan sebagai Madrasah yang memiliki sarana dan prasarana ideal untuk bersaing dalam dunia global
- f. Menjalin kerjasama yang erat dengan lembaga-lembaga pendidikan maupun non kependidikan dalam rangka pengembangan mutu Madrasah

5. Prestasi Siswa MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

- a. Aziz Alvaro - Juara Harapan 2 Lari Putra PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- b. Zahwa Wardatus Sofiah - Juara 2 Lompat Jauh Putri PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo

- c. Athaya Putri Miranantino - Juara 2 Bulu Tangkis Putri PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- d. Akbar Keyza Ramadan - Juara 3 Tenis Meja Putra PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- e. Nuzula Salisa - Juara Harapan 1 Puisi Putri PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- f. Muhammad Firdaus Rifai - Juara Harapan 1 Bulu Tangkis Putra PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- g. Fatiya Grishilda - Juara Harapan 1 Tenis Meja Putri PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- h. Juara Harapan 1 - Volley Putri PORSENI MI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- i. Akbar Keyza Ramadan - Juara Harapan 3 Tenis Meja PORSENI MI KKM 06 Kab. Ponorogo
- j. Agnes Ardhani Estinintyas - Juara Harapan 3 Pidato Bahasa Arab Putri PORSENI Tingkat KKM 6 Kab. Ponorogo
- k. Naila Muzara Fahira - Juara Harapan 2 Putri Tahfidz PORSENI Tingkat KKM 06 Kab. Ponorogo
- l. Nuriel Anggia Aisyah - Juara Harapan 3 Putri Tahfidz PORSENI Tingkat KKM 06 Kab. Ponorogo
- m. Zahwa Wardatus Sofiah - Juara 3 Lompat Jauh Putri PORSENI MI Tingkat Kabupaten Ponorogo
- n. Ahmad Wahyu Mustofa - Juara 3 Matematika Terintegrasi dalam Lomba Sains Madrasah MI Wilayah Madiun
- o. Naila Muzara Fahira - Juara 3 Matematika Terintegrasi dalam Lomba Sains Madrasah MI Se-Kab. Ponorogo
- p. Naila Muzara Fahira - Juara 3 Tahfidz Putri di Badan yang diselenggarakan oleh LP Maarif MI Se-Kab. Ponorogo
- q. Naila Muzara Fahira - Juara 3 Tahfidz Putri dalam Excellent Smart & Fun Festival 2024

- r. Ziyen Alwi - Juara Harapan 3 Tahfidz Putra dalam Excellent Smart & Fun Festival 2024
- s. Ahmad Wildan Shidqi - Juara Excellent dalam Excellent Smart & Fun Festival 2024
- t. Ahmad Wildan Shidqi - Juara Excellent Production dalam Excellent Smart & Fun Festival 2024

6. Sarana dan Prasarana

Nama Madrasah : MI Ma'arif Cekok
 NSM/NPSN : 111235020004/60714254
 Status Akreditasi : B Tahun 2019
 Alamat Madrasah : Jalan Sunan Kalijaga Nomor 186 Desa
 Cekok Kecamatan Babadan Kabupaten
 Ponorogo
 Tahun Berdiri : 1934
 Ijin Operasional Terbaru : Nomor AHA-119.AH.01.08 Tahun 2013
 Kepala Madrasah : Hadi Asfahan, S.Pd

a. Kepemilikan Tanah

Tabel 4.1 Kepemilikan Tanah

No	Asal	Tgl. Perolehan	Status	Luas	Ket
1	Bardjo	8-4-1993	Wakaf	517 m ²	Gedung Timur
2	Hasan Dimejo Diwakili oleh Iskandar	2-6-1999	Wakaf	635 m ²	Gedung Barat sebelah utara
3	Sukati		Jual Beli		

- b. Fasilitas yang Dimiliki

Tabel 4.2 Fasilitas yang Dimiliki

No	Nama	Jumlah	Kondisi
1	Ruang Kelas	14	Rusak Ringan
2	Toilet	11	Baik
3	Mushola	1	Baik

No	Nama	Jumlah	Kondisi
4	Ruang Kelas Asrama	4	Baik
5	Kantin	1	Baik
6	MI Mart	1	Baik
7	Mesin Fotocopy	1	Baik
8	Papan Tulis	14	Rusak Ringan
9	Meja Siswa	297	Rusak Ringan
10	Meja Guru	25	Baik
11	Kursi Siswa	297	Rusak Ringan
12	Kursi Guru	25	Baik
13	Ruang Kepala	1	Baik
14	Ruang Guru	1	Baik
15	Ruang UKS	1	Rusak Ringan
16	Ruang Tata Usaha	1	Baik
17	Mobil	2	Rusak Ringan
18	Halaman Parkir	3	Baik
19	Gudang	2	Baik
20	Lab IPA	1	Rusak Ringan
21	Aula	1	Rusak Ringan

B. Paparan Data Khusus

1. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

MI Ma'arif Cekok merupakan sebuah lembaga yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Sebagai lembaga pendidikan yang terus berkembang, madrasah ini tidak hanya fokus pada aspek akademik, tetapi juga pada penguatan karakter dan hubungan yang baik dengan masyarakat. Untuk mendukung hal tersebut, manajemen humas memiliki

peran penting dalam membangun citra positif madrasah melalui berbagai program yang telah direncanakan secara matang.

Sebagai bagian dari proses perencanaan dalam manajemen humas, peneliti melakukan observasi mengenai rapat guru yang menjadi salah satu forum penting di MI Ma'arif Cekok untuk merumuskan berbagai kebijakan strategis yang berkaitan dengan pengelolaan lembaga, termasuk dalam upaya membangun dan memperkuat citra madrasah di mata masyarakat. Melalui forum ini, berbagai program dan kegiatan yang melibatkan komunikasi eksternal madrasah yang dirancang dengan tujuan pendidikan lembaga.



Gambar 4.1 Rapat Guru⁶⁵

Dalam penelitian ini, perencanaan menjadi aspek utama yang dianalisis untuk memahami bagaimana strategi humas di MI Ma'arif Cekok yang dirancang untuk meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Serta hal apa saja yang dilaksanakan untuk menunjang keberhasilan dari perencanaan tersebut. Hal ini disampaikan oleh Ibu Yeni Purnamasari, S.E selaku waka humas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Untuk perencanaan humas, itu kan kalau di bagian administrasi itu ada beberapa bagian salah satunya yaitu kaitannya dengan surat-masuk, surat keluar. Kalau dari segi perencanaan, kami ada buku ekspedisi, jadi kalau surat keluar itu ada sendiri, terus surat

⁶⁵ Lihat transkrip dokumentasi kode 08/D/28-2/2025

masuk juga ada sendiri. Nah, selain itu, kami jugaa ada yang 2 tahun, ada yang 5 tahunan, itu kami perbarui kaitannya dengan MOU kerjasama. Nah, itu kan kalau MI Ma'arif Cekok kaitannya dengan hubungan masyarakat, itu kami ada beberapa kerjasama di antaranya dengan beberapa RA, TK, kemudian kami juga kerjasama dengan beberapa usaha seperti kolam renang, terus di bidang apa itu untuk ini, anak-anak latihan futsal itu juga ada, kemudian pulutangkis kami juga ada. Kemudian dengan ini pemerintah desa, terus sama polindes. Kemudian sama puskesmas yang kecamatan yang pusatnya ada di Sukosari. Terus ada juga kami kerjasama dengan beberapa usaha yang kaitannya dengan usahanya madrasah itu juga ada.⁶⁶

Perencanaan manajemen humas di MI Ma'arif Cekok memainkan peran penting dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* sebagai madrasah yang profesional, inovatif, dan memiliki jaringan luas. Dari aspek administrasi, sistem pencatatan surat-masuk dan surat-keluar yang terorganisir melalui buku ekspedisi menunjukkan transparansi dan keteraturan dalam komunikasi dengan pihak eksternal. Selain itu, pembaruan dokumen kerja sama, seperti *Memorandum of Understanding* (MOU), yang dilakukan dalam jangka waktu dua hingga lima tahun menegaskan komitmen madrasah dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan mitra.⁶⁷ Pengelolaan administrasi ini mencerminkan profesionalisme lembaga, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap MI Ma'arif Cekok.

Selain pengelolaan administrasi yang baik, madrasah ini juga aktif menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga pendidikan dan sektor usaha. Kemitraan dengan beberapa RA (*Raudhatul Athfal*) dan TK menjadi strategi efektif dalam membangun relasi dengan jenjang pendidikan sebelumnya, yang dapat memperkuat potensi penerimaan siswa baru.⁶⁸ Hal ini menunjukkan bahwa MI Ma'arif Cekok tidak hanya

⁶⁶ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025

⁶⁷ Lihat transkrip dokumentasi kode 05/D/26-2/2025

⁶⁸ Lihat transkrip dokumentasi kode 05/D/26-2/2025

fokus pada internal lembaga, tetapi juga membangun hubungan dengan calon peserta didik dan orang tua sejak dini. Di sisi lain, kerja sama dengan beberapa sektor usaha di bidang olahraga, seperti kolam renang, tempat latihan futsal, dan bulutangkis, menunjukkan perhatian madrasah terhadap pengembangan potensi siswa secara holistik. Dengan memberikan akses ke fasilitas olahraga yang memadai, madrasah ini tidak hanya menciptakan lingkungan belajar yang lebih menarik tetapi juga menunjukkan komitmennya dalam mendukung prestasi siswa di berbagai bidang. tetapi juga meluas ke berbagai sektor, termasuk instansi pemerintah dan dunia usaha.⁶⁹ Kerja sama dengan pemerintah desa, Polindes, serta Puskesmas kecamatan yang berpusat di Sukosari menunjukkan bahwa madrasah ini aktif dalam membangun relasi dengan lembaga publik. Sinergi ini sangat penting dalam mendukung berbagai aspek operasional madrasah, seperti program kesehatan siswa, penyuluhan, serta bantuan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan belajar-mengajar. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Niam, S.Pd selaku wali kelas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Secara sederhana kami berusaha untuk menunjukkan sisi positif madrasah secara konsisten, seperti keberhasilan siswa, kegiatan keagamaan, dan program-program unggulan. Kami juga berusaha agar informasi yang dibagikan itu menarik dan membangun kepercayaan masyarakat.⁷⁰

Dengan adanya hubungan yang baik dengan instansi pemerintah dan kesehatan, MI Ma'arif Cekok dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepedulian madrasah dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang sehat dan kondusif. Selain menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah, MI Ma'arif Cekok juga bermitra dengan berbagai usaha yang berkaitan dengan kegiatan madrasah. Kemitraan ini tidak hanya berkontribusi terhadap keberlangsungan

⁶⁹ Lihat transkrip dokumentasi kode 03/D/26-2/2025

⁷⁰ Lihat transkrip wawancara kode 03/W/20-2/2025

operasional madrasah tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan program pendidikan berbasis kewirausahaan. Dengan adanya dukungan dari sektor usaha, madrasah dapat mengembangkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler atau praktik kewirausahaan yang dapat memberikan manfaat langsung bagi siswa.

Strategi manajemen humas yang diterapkan MI Ma'arif Cekok berkontribusi besar dalam meningkatkan citra madrasah sebagai lembaga yang profesional, terbuka, dan inovatif. Dengan administrasi yang tertata rapi dan jaringan kerja sama yang luas, madrasah ini mampu membangun kepercayaan masyarakat serta memperkuat daya tariknya sebagai pilihan pendidikan yang berkualitas. Langkah-langkah ini tidak hanya mempererat hubungan dengan mitra eksternal tetapi juga memberikan manfaat langsung bagi siswa dan orang tua, yang pada akhirnya semakin mengukuhkan reputasi MI Ma'arif Cekok sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berdaya saing tinggi.

Dalam kesehariannya saya menyiapkan administrasi juga membantu pendidik, tenaga pendidik, misalnya dengan administrasi kelas, administrasi guru, kepala, terus administrasi dari bagian tata usaha itu sendiri. Nah, otomatis setiap awal ajaran baru itu saya mesti membuat yang namanya forecasting. Forecasting itu perencanaan yang bentuknya metrik, jadi di awal bulan itu yang saya kerjakan apa? Nah, mestinya tentunya dengan perangkat pembelajaran seperti absensi, kemudian jurnal kelas, kemudian daftar hadir guru, seperti itu. Terus memperbarui papan kelas juga, kayak gitu. Nah, terus nanti di satu semester itu persiapan untuk PTS seperti itu. Jadi, untuk perencanaannya, maksudnya untuk saya bulan ini harus kerjakan apa, menyiapkan apa, itu saya mesti membuat yang namanya metrik forecasting, perencanaan untuk administrasi.⁷¹

Perencanaan administrasi di MI Ma'arif Cekok dilakukan secara sistematis dan terstruktur, terutama dalam mendukung pendidik dan tenaga kependidikan. Salah satu metode yang digunakan adalah *forecasting*, yaitu perencanaan dalam bentuk metrik yang membantu dalam menentukan tugas yang harus dilakukan setiap bulan. Pendekatan

⁷¹ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

ini menunjukkan bahwa administrasi di madrasah tidak hanya berjalan secara reaktif tetapi juga proaktif dengan adanya perencanaan yang jelas sejak awal tahun ajaran. Dalam kesehariannya, bagian administrasi bertanggung jawab terhadap berbagai aspek, seperti penyusunan administrasi kelas, administrasi guru, kepala madrasah, serta bagian tata usaha. Setiap awal tahun ajaran, berbagai perangkat pembelajaran disiapkan, termasuk absensi, jurnal kelas, dan daftar hadir guru. Selain itu, ada pembaruan papan kelas yang juga menjadi bagian dari tugas administrasi. Setiap satu semester, bagian administrasi turut berperan dalam persiapan Penilaian Tengah Semester (PTS), memastikan semua dokumen dan kebutuhan terkait ujian telah siap. Penerapan *forecasting* dalam administrasi memberikan manfaat besar dalam menjaga keteraturan dan efisiensi kerja. Dengan adanya metrik perencanaan ini, setiap tugas dapat dikelola dengan baik tanpa adanya keterlambatan atau ketidakteraturan. Hal ini juga berkontribusi terhadap peningkatan citra madrasah sebagai lembaga yang profesional dan tertib dalam pengelolaan administrasi. Dengan administrasi yang rapi dan perencanaan yang matang, MI Ma'arif Cekok dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada guru, tenaga kependidikan, serta siswa, sehingga menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih efektif dan kondusif.

Hubungan antara manajemen humas dengan administrasi yang terstruktur, seperti yang dijelaskan dalam wawancara, sangat erat dalam meningkatkan citra MI Ma'arif Cekok. Salah satu kunci keberhasilan sebuah lembaga dalam membangun reputasi yang baik adalah memiliki sistem administrasi yang tertata rapi dan profesional. Dalam konteks manajemen humas, administrasi yang terorganisir dengan baik mencerminkan transparansi, akuntabilitas, serta kesiapan madrasah dalam memberikan layanan terbaik kepada berbagai pihak, termasuk guru, tenaga kependidikan, siswa, orang tua, dan mitra kerja sama. Penerapan *forecasting* dalam administrasi menunjukkan adanya perencanaan yang matang, yang berpengaruh pada efektivitas kerja dan

efisiensi dalam pengelolaan madrasah. Dengan adanya metrik perencanaan yang jelas, setiap kegiatan yang berkaitan dengan pendidikan dan operasional madrasah dapat berjalan sesuai jadwal, tanpa kendala berarti. Hal ini berdampak langsung pada citra madrasah di mata masyarakat dan mitra eksternal, karena menunjukkan bahwa MI Ma'arif Cekok memiliki sistem yang profesional dan dapat diandalkan.

Selain itu, dalam konteks manajemen humas, administrasi yang baik mendukung komunikasi yang lebih efektif dengan berbagai pihak. Misalnya, pencatatan absensi, jurnal kelas, dan daftar hadir guru yang tersusun rapi memudahkan pelaporan dan koordinasi antara pihak internal madrasah. Begitu juga dengan perencanaan Penilaian Tengah Semester (PTS) dan pembaruan papan kelas, yang menunjukkan bahwa madrasah selalu siap dalam setiap periode akademik. Hal ini menciptakan kepercayaan dari orang tua dan masyarakat terhadap kualitas pengelolaan pendidikan di MI Ma'arif Cekok. Dengan kata lain, manajemen humas yang baik tidak hanya berfokus pada promosi eksternal, tetapi juga memastikan bahwa sistem internal madrasah berjalan dengan baik. Administrasi yang terencana dan tertata rapi menjadi bukti nyata bahwa madrasah ini memiliki standar kerja yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan citra positif sebagai lembaga pendidikan yang profesional, terpercaya, dan berkualitas. Sehingga sesuai dan sejalan dengan visi dan misi yang berlaku. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Lutfi Novita A, S.Pd.I selaku kepala sekolah MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Untuk visi dan misi humas Ini menjadi program studi yang bereputasi baik dengan komitmen pengembangan keilmuan ke humas dan menjadi center of asset yang mampu beradaptasi dengan perubahan trend global. Untuk misinya ada beberapa misi, yaitu mengembangkan pembelajaran di bidang humas yang inovatif, kreatif, dan adaptif berhadap perubahan trend global. Yang kedua, mengembangkan penelitian dan pengabdian masyarakat yang berfokus pada isu-isu pengembangan kehumasan yang berdampak pada pemangku kepentingan. Poin tiga, menjalin hubungan kerjasama strategis dengan masyarakat,

pemerintah, dunia usaha, dan industri media lembaga pendidikan dan perguruan tinggi lain baik di dalam negeri maupun di luar negeri secara berkesenambungan dengan menerapkan prinsip kesetaraan, kemitraan, dan saling percaya.⁷²

Dalam konteks manajemen humas di MI Ma'arif Cekok, kepala sekolah memiliki visi dan misi yang jelas dalam membangun reputasi madrasah. Visi humas yang dicanangkan berfokus pada pengembangan keilmuan humas serta menjadikan madrasah sebagai *center of asset* yang mampu beradaptasi dengan perubahan tren global. Hal ini menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya ingin menjadi lembaga pendidikan berbasis Islam yang unggul di tingkat lokal, tetapi juga memiliki ambisi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman agar tetap relevan dan kompetitif.

Misi humas yang diterapkan juga mencakup beberapa aspek strategis yang berdampak langsung pada citra madrasah. Pertama, madrasah berupaya mengembangkan pembelajaran di bidang humas yang inovatif, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan tren global. Ini berarti bahwa humas tidak hanya berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara madrasah dan masyarakat, tetapi juga sebagai pusat inovasi dalam membangun strategi komunikasi yang lebih modern, termasuk melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial. Penerapan strategi komunikasi yang efektif akan membantu madrasah dalam menyampaikan informasi yang positif kepada masyarakat, sehingga meningkatkan citra dan daya tariknya. Kedua, terdapat fokus pada pengembangan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada isu-isu humas yang berdampak pada pemangku kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya menjalankan fungsi akademik, tetapi juga berkontribusi dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat sekitar. Pengabdian ini dapat berupa keterlibatan dalam kegiatan sosial, pendidikan, dan keagamaan yang bersifat inklusif,

⁷² Lihat transkrip wawancara kode 01/W/18-2/2025.

sehingga madrasah semakin diakui sebagai lembaga yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya. Ketiga, madrasah menjalin hubungan kerja sama strategis dengan berbagai pihak, termasuk masyarakat, pemerintah, dunia usaha, industri media, lembaga pendidikan, dan perguruan tinggi, baik di dalam maupun luar negeri. Prinsip kesetaraan, kemitraan, dan saling percaya menjadi dasar utama dalam membangun kerja sama ini. Kemitraan yang luas memungkinkan madrasah untuk memperoleh berbagai dukungan, baik dalam bentuk sumber daya, akses pendidikan yang lebih luas, maupun peluang peningkatan kompetensi bagi tenaga pendidik dan siswa. Dengan adanya kerja sama yang kuat, MI Ma'arif Cekok dapat terus berkembang dan memperkuat citranya sebagai lembaga pendidikan yang profesional dan terpercaya.

Kepemimpinan kepala sekolah dalam mengarahkan manajemen humas sangat berperan dalam membangun citra madrasah. Dengan visi yang kuat dan misi yang strategis, MI Ma'arif Cekok tidak hanya berupaya mempertahankan eksistensinya di tingkat lokal, tetapi juga bersiap untuk menghadapi tantangan global. Implementasi misi humas yang berbasis inovasi, pengabdian masyarakat, dan kemitraan strategis akan semakin memperkuat posisi madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul dan memiliki daya saing tinggi.

Sebagai kepala sekolah, saya berperan dalam mengarahkan dan memastikan bahwa program Humas di madrasah ini berjalan sesuai dengan visi dan misi lembaga. Dalam perencanaan, saya bersama tim humas dan tata usaha terlebih dahulu melakukan identifikasi kebutuhan serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan citra madrasah. Kami mengadakan rapat koordinasi untuk membahas program kerja tahunan, termasuk bagaimana cara membangun hubungan baik dengan masyarakat, wali murid, serta pihak eksternal seperti instansi pemerintah dan dunia usaha.⁷³

⁷³ Lihat transkrip wawancara kode 01/W/18-2/2025.

Peran kepala sekolah dalam manajemen humas sangat krusial, terutama dalam memastikan bahwa seluruh program yang dijalankan selaras dengan visi dan misi madrasah. Dengan melakukan identifikasi kebutuhan serta merumuskan strategi yang tepat, kepala sekolah berupaya agar madrasah memiliki citra positif di mata masyarakat. Proses perencanaan yang dilakukan bersama tim humas dan tata usaha menunjukkan bahwa program yang dijalankan tidak hanya bersifat spontan, tetapi telah melalui tahap analisis dan perumusan strategi yang matang.

Melalui rapat koordinasi yang rutin dilakukan, madrasah dapat menyusun program kerja tahunan yang berfokus pada penguatan hubungan dengan berbagai pihak. Hubungan baik dengan masyarakat dan wali murid menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan terhadap madrasah. Selain itu, kerja sama dengan instansi pemerintah dan dunia usaha juga berperan dalam mendukung berbagai kegiatan pendidikan serta memberikan peluang bagi siswa untuk mendapatkan pengalaman belajar yang lebih luas. Dengan pendekatan yang sistematis ini, program humas di MI Ma'arif Cekok tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi peningkatan citra madrasah di lingkungan sekitar.

2. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Pelaksanaan manajemen humas dalam sebuah lembaga pendidikan merupakan aspek krusial dalam membangun serta mempertahankan citra positif di mata masyarakat. Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara lembaga dengan pihak internal, seperti tenaga pendidik, peserta didik, dan staf administrasi, serta pihak eksternal, seperti orang tua, masyarakat sekitar, dan instansi terkait. Dalam praktiknya, manajemen humas tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun hubungan yang

harmonis melalui berbagai strategi komunikasi dan interaksi yang efektif. Salah satu bentuk pelaksanaan yang umum dilakukan adalah penyebaran informasi melalui media cetak, seperti brosur dan majalah sekolah, serta media digital, seperti website resmi, media sosial, dan aplikasi pesan singkat yang memungkinkan interaksi cepat dengan stakeholder.

Selain penyebaran informasi, pelaksanaan manajemen humas juga mencakup kegiatan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat, seperti penyelenggaraan seminar, lokakarya, dan program sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan visi, misi, serta keunggulan lembaga pendidikan. Dalam konteks hubungan eksternal, humas sering bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi sosial, dan media masa, untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan.

Di sisi lain, dalam menjaga reputasi lembaga, humas juga memiliki peran dalam menangani krisis atau isu yang dapat mempengaruhi citra institusi. Respons cepat dan strategi komunikasi yang baik dalam menghadapi permasalahan menjadi kunci utama agar kepercayaan publik tetap terjaga. Oleh karena itu, evaluasi berkala terhadap program humas juga menjadi bagian penting dalam memastikan efektivitas strategi yang diterapkan.

Kerja sama ini dapat berbentuk kolaborasi dalam penyelenggaraan acara pendidikan, pelaksanaan program beasiswa, hingga pengembangan fasilitas sekolah melalui bantuan dari pihak eksternal. Selain itu, dalam tahap pelaksanaan peningkatan citra lembaga melalui manajemen humas, peneliti melakukan observasi mengenai penyebaran brosur Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif di MI Ma'arif Cekok. Brosur ini disusun sebagai media informasi dan promosi yang mencerminkan citra positif madrasah kepada masyarakat luas. Melalui tampilan visual yang menarik dan isi yang memuat program-program unggulan, prestasi siswa, serta fasilitas.



Gambar 4.2 Brosur PPDB⁷⁴

Dengan pelaksanaan yang terstruktur, adaptif, dan inovatif, manajemen humas dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan citra lembaga, memperkuat hubungan dengan stakeholder, serta menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih inklusif dan terpercaya di mata masyarakat. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Yeni Purnamasari. S.E selaku waka humas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Program dari madrasah sendiri yaitu menekankan untuk membangun yang namanya personal branding. Personal branding itu kita memakai dengan media sosial. Dari saya masuk kerja di sini, saya memang sudah membuat khusus dengan media sosialnya, baik itu Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, yang ini juga yang mau kami garap ini web, tapi belum selesai pengisian menunya, tapi sudah ada. Kemudian kami juga aktif kegiatan-kegiatan kemasyarakatan, seperti untuk madrasah sendiri kan itu ada kegiatan yang namanya dzikrul ghofilin, nah itu kan mesti pindah dari satu masjid atau mushola, atau mungkin ada tokoh masyarakat yang minta tempatnya di sana, itu juga salah satu sarana kami untuk membangun personal branding.⁷⁵

⁷⁴ Lihat transkrip dokumentasi kode 09/D/28-2/2025

⁷⁵ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025

Strategi personal branding yang diterapkan oleh MI Ma'arif Cekok menjadi bagian integral dari manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah. Personal branding ini berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan madrasah kepada masyarakat luas. Dengan adanya platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, serta rencana pengembangan website, madrasah dapat menjangkau lebih banyak audiens, baik calon siswa, orang tua, maupun mitra kerja sama.⁷⁶ Kehadiran aktif di media sosial memungkinkan madrasah untuk membagikan berbagai kegiatan, prestasi siswa, serta program-program unggulan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga ini. Selain melalui media sosial, personal branding madrasah juga diperkuat dengan keterlibatan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan, seperti *dzikrul ghofilin*, yang diadakan secara bergilir di berbagai masjid, mushola, atau tempat milik tokoh masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang dakwah dan pendidikan keagamaan, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan madrasah secara langsung kepada masyarakat. Dengan seringnya madrasah hadir dalam kegiatan sosial dan keagamaan, citra MI Ma'arif Cekok sebagai lembaga yang berperan aktif dalam kehidupan masyarakat semakin kuat. Selain itu, keterlibatan guru dalam kegiatan Humas tidak hanya terbatas pada kegiatan mengajar, tetapi juga mencakup peran strategis dalam mendukung publikasi dan penyebaran informasi lembaga. Selanjutnya menyusun laporan singkat atau narasi kegiatan untuk diposting, serta mendampingi berbagai agenda eksternal yang melibatkan interaksi antara madrasah dan pihak luar. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Niam, S.Pd selaku wali kelas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Peran saya biasanya membantu dalam dokumentasi kegiatan, baik berupa foto maupun video, yang kemudian akan digunakan

⁷⁶ Lihat transkrip dokumentasi kode 06/D/27-2/2025

sebagai bahan publikasi. Selain itu, saya juga kadang diminta memberikan laporan atau narasi kegiatan yang bisa diposting di media sosial madrasah. Saya juga ikut mendampingi saat ada kunjungan atau kegiatan eksternal yang membutuhkan keterlibatan guru.⁷⁷

Hubungan antara strategi personal branding dan manajemen humas sangat erat dalam membangun citra positif madrasah. Media sosial berfungsi sebagai kanal informasi yang mempercepat penyebaran berita baik tentang madrasah, sementara keterlibatan dalam kegiatan sosial menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya. Kombinasi antara digital branding dan interaksi langsung dengan masyarakat menciptakan keseimbangan antara promosi modern dan pendekatan tradisional, yang pada akhirnya meningkatkan reputasi dan daya tarik MI Ma'arif Cekok sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan terpercaya.

Program Tahfidhz Al-Qur'an menjadi program unggulan di madrasah kami. Apabila ada suatu kegiatan masyarakat itu anak-anak juga ikut serta, jadi untuk membangun mentalnya anak-anak, terus mengasah daya ingat, hafalannya, itu juga menunjukkan ke masyarakat kalau. Mesti kami selipkan dalam kegiatan Akhirusanah atau event-event yang seperti pengajian, atau mungkin di kegiatan dzikrul ghofilin itu mesti ada kami selipkan penampilan dari anak-anak. Untuk wisuda Tafid itu salah satu program kerja tahunan. Setiap tahun kami mesti mengadakan karena itu tadi sarana untuk teman-teman itu membangun mental ya. Hafalannya itu benar-benar, dari masyarakat itu tidak hanya wacana, program Tafid tidak, tapi ada bukti realnya. Dengan itu kan mereka, saat ada rasa kebanggaan tersendiri, saya sudah selesai hafalan. Mungkin manfaatnya nanti ke orang tua, dengan kasih kepercayaan hasilnya anak didiknya seperti itu.⁷⁸

Program Tahfidz Al-Qur'an di MI Ma'arif Cekok menjadi salah satu strategi utama dalam membangun citra madrasah sebagai lembaga pendidikan berbasis nilai-nilai Islam yang unggul. Program ini tidak

⁷⁷ Lihat transkrip wawancara kode 03/W/20-2/2025

⁷⁸ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

hanya berfokus pada peningkatan hafalan Al-Qur'an bagi siswa, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang luas, yakni membangun mental, kepercayaan diri, dan daya ingat anak-anak. Keterlibatan siswa dalam berbagai kegiatan masyarakat, seperti pengajian, dzikrul ghofilin, dan Akhirusanah, menjadi sarana efektif untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa program Tahfidz yang dijalankan madrasah benar-benar memberikan hasil yang nyata.

Keikutsertaan siswa dalam event-event tersebut juga memiliki dampak positif dalam membentuk karakter dan keberanian mereka dalam tampil di hadapan publik. Dengan tampil dalam acara keagamaan dan sosial, siswa tidak hanya sekedar menghafal, tetapi juga mempraktikkan kemampuan mereka di tengah masyarakat, yang pada akhirnya memperkuat identitas mereka sebagai generasi Qur'ani. Wisuda Tahfidz yang diadakan setiap tahun menjadi bukti nyata dari keberhasilan program ini, sekaligus sebagai bentuk apresiasi terhadap usaha siswa dalam menyelesaikan hafalannya. Acara ini juga memberikan kebanggaan bagi orang tua dan masyarakat, karena mereka dapat melihat langsung progres serta pencapaian anak-anak dalam menghafal Al-Qur'an.

Program Tahfidz yang dikemas dalam berbagai kegiatan masyarakat dan acara tahunan berperan besar dalam meningkatkan citra madrasah. Dengan adanya bukti nyata dari hasil program ini, masyarakat semakin percaya bahwa MI Ma'arif Cekok benar-benar berkomitmen dalam membina siswa menjadi generasi yang tidak hanya unggul dalam akademik, tetapi juga memiliki dasar keislaman yang kuat. Kegiatan ini juga menjadi daya tarik bagi calon orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya di madrasah yang memiliki program keagamaan yang berkualitas. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi siswa secara individual, tetapi juga berkontribusi pada penguatan reputasi madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang terpercaya dan unggul di masyarakat. Dengan berbagai upaya tersebut,

program Tahfidz tidak hanya memberikan manfaat bagi siswa secara individu tetapi juga meningkatkan citra MI Ma'arif Cekok sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul dan terpercaya. Keberhasilan program ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, yang akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah pendaftar serta penguatan reputasi madrasah sebagai pusat pendidikan berbasis agama yang berkualitas. Dengan terus mengembangkan dan memperbaiki program ini, MI Ma'arif Cekok dapat semakin dikenal sebagai madrasah yang tidak hanya unggul dalam akademik tetapi juga dalam membangun generasi yang berakhlak mulia dan berwawasan Islami. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Lutfi Novita A, S.Pd.I selaku kepala sekolah MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Untuk langkah strategis yang dilakukan yaitu menjalin Kerjasama Terus mengelola ketata usaha sekolah dalam mendukung pencapaian tujuan sekolah. Memanfaatkan kemajuan teknologi informasi bagi peningkatan pembelajaran dan management sekolah. Yang terakhir, melakukan monitoring, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan sekolah dengan prosedur yang tepat, serta merencanakan tindak lanjutnya.⁷⁹

MI Ma'arif Cekok menerapkan berbagai langkah strategis dalam manajemen humas untuk memperkuat citra madrasah. Salah satu langkah utamanya adalah menjalin kerja sama strategis dengan berbagai pihak, termasuk RA, TK, pemerintah desa, polindes, puskesmas, dunia usaha, serta industri. Kemitraan ini tidak hanya membantu dalam peningkatan fasilitas dan kegiatan pendidikan, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap madrasah sebagai lembaga yang aktif, terbuka, dan memiliki kontribusi nyata bagi lingkungan sekitarnya. Dengan adanya kerja sama yang berkelanjutan, madrasah dapat terus mengembangkan program-program unggulan yang bermanfaat bagi siswa dan masyarakat.

Selain itu, pengelolaan tata usaha yang efektif menjadi faktor penting dalam mendukung pencapaian tujuan madrasah. Bagian tata

⁷⁹ Lihat transkrip wawancara kode 01/W/18-2/2025.

usaha, yang juga berperan dalam manajemen humas, bertanggung jawab dalam memastikan kelancaran administrasi, termasuk pengelolaan MOU kerja sama, perencanaan akademik, serta penyelenggaraan kegiatan sekolah. Dengan administrasi yang tertata rapi, madrasah dapat lebih mudah menjalin kerja sama dengan pihak eksternal serta meningkatkan efektivitas komunikasi dalam penyelenggaraan berbagai program. Pemanfaatan teknologi informasi juga menjadi strategi utama dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran dan manajemen madrasah. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana penting dalam menyebarkan informasi, mempublikasikan kegiatan siswa, serta membangun personal branding madrasah. Rencana pengembangan website madrasah juga menjadi langkah maju dalam meningkatkan aksesibilitas informasi dan transparansi bagi masyarakat luas. Dengan memanfaatkan teknologi, madrasah dapat menjangkau lebih banyak pihak dan semakin memperkuat citranya sebagai lembaga yang modern dan inovatif.

Untuk memastikan efektivitas berbagai program yang dijalankan, MI Ma'arif Cekok menerapkan sistem monitoring, evaluasi, dan pelaporan secara berkala. Evaluasi terhadap program akademik maupun non-akademik dilakukan untuk mengetahui kekurangan serta merencanakan tindak lanjut guna peningkatan kualitas. Evaluasi ini juga menjadi dasar dalam memperbaiki strategi kerja sama, efektivitas media komunikasi, serta peningkatan tata kelola madrasah. Dengan sistem yang terstruktur dan berkelanjutan, madrasah dapat terus meningkatkan pelayanan serta memperkuat reputasinya di mata masyarakat. Implementasi strategi-strategi ini menjadikan MI Ma'arif Cekok sebagai lembaga pendidikan Islam yang tidak hanya berfokus pada akademik, tetapi juga adaptif dan profesional dalam menghadapi tantangan zaman.

3. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Evaluasi dalam manajemen humas merupakan tahapan penting untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan dalam membangun dan meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an*. Di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo, evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana program humas yang dijalankan mampu mencapai tujuan yang diharapkan, serta menemukan kendala yang mungkin terjadi dalam pelaksanaannya. Proses evaluasi ini mencakup berbagai aspek, seperti efektivitas komunikasi dengan wali murid dan masyarakat, keterlibatan stakeholder dalam kegiatan madrasah, serta dampak dari berbagai program yang telah dilaksanakan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan meninjau respons masyarakat terhadap citra madrasah, baik melalui rapat dengan wali murid, survei, umpan balik langsung, maupun observasi terhadap perubahan persepsi publik. Peneliti melakukan observasi yaitu mengamati adanya kegiatan rapat dengan wali murid yang merupakan salah satu bentuk implementasi nyata peran humas dalam menjalin hubungan kemitraan antara madrasah dan masyarakat. Di MI Ma'arif Cekok, kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi akademik dan administratif, tetapi juga wadah untuk membangun kepercayaan, memperkuat citra lembaga, serta melibatkan orang tua dalam mendukung program-program madrasah.⁸⁰ Melalui kegiatan ini dapat MI Ma'arif Cekok menyampaikan agenda kegiatan, serta membuka ruang diskusi dan aspirasi dari wali murid.

⁸⁰ Lihat transkrip observasi kode 03/O/19-2/2025



Gambar 4.3 Rapat dengan Wali Murid⁸¹

Dengan adanya evaluasi yang berkelanjutan, madrasah dapat melakukan perbaikan dan inovasi dalam strategi humas, sehingga dapat semakin memperkuat hubungan dengan masyarakat serta meningkatkan reputasi lembaga di masa yang akan datang. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Yeni Purnamasari, S.E selaku waka humas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Evaluasi keberhasilan program humas di MI Ma'arif Cekok dilakukan melalui beberapa cara, baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu metode utama adalah dengan melihat sejauh mana program dan kegiatan yang direncanakan dapat berjalan sesuai target serta bagaimana respons dari masyarakat dan pihak eksternal terhadap publikasi yang dilakukan.⁸²

Evaluasi keberhasilan program humas di MI Ma'arif Cekok dilakukan dengan pendekatan yang komprehensif, mencakup aspek pelaksanaan program serta respons dari masyarakat dan pihak eksternal. Dengan menilai sejauh mana program dan kegiatan yang direncanakan dapat berjalan sesuai target, madrasah dapat mengidentifikasi efektivitas strategi yang telah diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi tidak hanya berfokus pada pelaksanaan teknis, tetapi juga pada dampak yang ditimbulkan terhadap citra madrasah.

Salah satu indikator penting dalam evaluasi ini adalah respons dari masyarakat dan pihak eksternal terhadap publikasi yang dilakukan.

⁸¹ Lihat transkrip dokumentasi kode 10/D28-2/2025

⁸² Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

Jika publikasi yang disebarluaskan mendapatkan tanggapan positif, seperti meningkatnya interaksi melalui komentar, saran, atau bahkan partisipasi aktif dalam kegiatan madrasah, maka hal tersebut menjadi tanda bahwa program humas berjalan efektif. Dengan adanya evaluasi yang terstruktur, madrasah dapat melakukan perbaikan dan pengembangan program humas secara berkelanjutan, sehingga citra madrasah semakin kuat dan kepercayaan masyarakat terus meningkat. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Lutfi Novita A, S.Pd.I selaku kepala sekolah MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut: "Monitoring, evaluasi, dan pelaporan itu. Yang harus ada, ya. Ada evaluasinya. Monitoring, evaluasi, dan pelaporan. Pelaporan. Pelaksanaan program kegiatan ini, loh. Pelaksanaan program kegiatan sekolah. Yang dievaluasi."⁸³

MI Ma'arif Cekok menerapkan sistem monitoring, evaluasi, dan pelaporan secara berkala untuk memastikan efektivitas pelaksanaan program kegiatan sekolah. Proses ini menjadi langkah penting dalam manajemen humas karena melalui evaluasi yang terstruktur, madrasah dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari setiap program yang telah dijalankan. Dengan adanya monitoring, madrasah dapat mengamati perkembangan serta kendala yang muncul dalam pelaksanaan program, baik yang berkaitan dengan akademik, kegiatan ekstrakurikuler, kerja sama dengan pihak eksternal, maupun administrasi sekolah.

Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program serta mencari solusi atas kendala yang dihadapi. Hasil evaluasi ini kemudian dituangkan dalam bentuk pelaporan yang sistematis sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan dan perencanaan program selanjutnya. Proses pelaporan ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi tetapi juga sebagai dasar dalam menentukan langkah tindak lanjut yang lebih efektif. Dengan sistem evaluasi yang jelas, madrasah dapat memastikan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan benar-benar memberikan dampak

⁸³ Lihat transkrip wawancara kode 01/W/18-2/2025.

positif bagi siswa, guru, serta masyarakat. Melalui penerapan monitoring, evaluasi, dan pelaporan yang terstruktur, MI Ma'arif Cekok dapat terus meningkatkan kualitas manajemen sekolah serta memperkuat citranya sebagai lembaga pendidikan yang profesional dan bertanggung jawab. Evaluasi yang baik juga menunjukkan komitmen madrasah dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas, transparan, dan selalu berorientasi pada peningkatan mutu di berbagai aspek.

C. Analisis Data

Manajemen humas di MI Ma'arif Cekok merupakan suatu proses komunikasi yang dijalankan untuk membangun dan mempertahankan citra positif lembaga di mata publik. Berdasarkan teori manajemen humas yang dikemukakan oleh Cutlip, proses ini meliputi tahapan utama, yaitu penemuan fakta, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.⁸⁴ Setiap tahapan tersebut menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi yang diterapkan mampu menjawab kebutuhan informasi publik, membangun kepercayaan, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara lembaga dan masyarakat. Masing – masing tahap manajemen humas di MI Ma'arif Cekok dijalankan dan bagaimana keterkaitannya dengan upaya peningkatan citra lembaga, dengan merujuk pada temuan data lapangan dan kajian teoritis.

Menurut Cutlip, perencanaan dalam manajemen humas merupakan tahapan strategis yang menekankan pada pentingnya *fact-finding* atau pengumpulan data yang valid, serta penyusunan rencana berdasarkan hasil analisis situasi yang mendalam.⁸⁵ Tahapan ini bertujuan agar strategi komunikasi yang dikembangkan dapat tepat sasaran dan efektif dalam membangun hubungan dengan publik. Bila dibandingkan dengan praktik di MI Ma'arif Cekok, perencanaan kegiatan humas telah dilakukan secara partisipatif dan berbasis pada kebutuhan nyata yang muncul dari lingkungan internal maupun eksternal madrasah. Kegiatan perencanaan disusun melalui musyawarah yang melibatkan kepala madrasah, guru, dan staff, dengan

⁸⁴ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 345.

⁸⁵ Ibid., 347.

mempertimbangkan masukan dari wali murid maupun masyarakat sekitar. Hal ini sejalan dengan prinsip *problem recognition* dan *public involvement* dalam perencanaan kehumasan menurut Cutlip.

Meskipun belum dituangkan dalam dokumen tertulis secara rinci, substansi perencanaannya telah mencerminkan strategi kehumasan yang cukup matang. Pemilihan media komunikasi, bentuk kegiatan, dan penentuan sasaran publik telah dirancang berdasarkan observasi dan pengalaman langsung, yang secara esensial merupakan bentuk *fact-finding* atau penemuan penelitian. Dalam konteks lembaga pendidikan seperti madrasah yang memiliki sumber daya terbatas, model perencanaan ini bisa dikategorikan sebagai bentuk adaptasi dari pendekatan perencanaan strategis yang bersifat fleksibel dan kontekstual. Hal ini menunjukkan bahwa MI Ma'arif Cekok telah menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen humas dengan baik, khususnya pada tahap perencanaan.

Pelaksanaan kegiatan humas di MI Ma'arif Cekok dilaksanakan oleh tim humas, dibantu oleh guru yang tergabung dalam tim media dan komunikasi. Aktivitas yang dilakukan meliputi komunikasi langsung dengan wali murid, penyampaian informasi melalui media sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan masyarakat sekitar. Menurut Cutlip, tahap pelaksanaan (*communication/action*) merupakan momen untuk mengeksekusi strategi komunikasi yang telah dirancang sebelumnya.⁸⁶ Tahapan ini tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi berjalan dua arah dan menghasilkan pemahaman serta dukungan dari publik sasaran. Dalam hal ini, penggunaan media sosial, interaksi langsung, dan partisipasi dalam kegiatan masyarakat adalah contoh nyata dari strategi *media relations* dan *community relations* yang efektif. Lemabag harus mampu merespons dan menampung masukan terkait program yang mungkin muncul dari pihak-pihak terkait atau masyarakat sehingga program tersebut dapat berjalan dengan lebih baik dan efektif.⁸⁷ MI Ma'arif Cekok telah menjalankan kegiatan

⁸⁶ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 352.

⁸⁷ Morissan, *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu* (Kencana Prenadamedia Group,

pelaksanaan humas dengan pendekatan yang humanis, adaptif, dan relevan dengan kondisi lingkungan sekitar. Media sosial dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi eksternal untuk membangun citra positif, sedangkan komunikasi interpersonal menjadi andalan dalam menjaga hubungan harmonis dengan wali murid.

Namun, jika dikaitkan dengan teori Cutlip, pelaksanaan yang dilakukan masih berpotensi ditingkatkan dalam hal keberlanjutan dan sistem dokumentasi. Misalnya, belum adanya agenda kerja humas yang terstruktur atau pelaporan kegiatan komunikasi yang terdokumentasi secara berkala. Dengan penambahan aspek ini, pelaksanaan akan lebih mudah dikontrol, diukur keberhasilannya, serta mampu menciptakan kesinambungan program.

Dalam teori Cutlip, evaluasi merupakan tahap penting dalam siklus manajemen humas. Evaluasi tidak hanya untuk menilai keberhasilan, tetapi juga sebagai dasar untuk perbaikan berkelanjutan. Evaluasi dapat dilakukan melalui pengukuran dampak komunikasi, persepsi publik, dan ketercapaian tujuan kehumasan. Di MI Ma'arif Cekok, proses evaluasi sudah dilakukan, meskipun masih bersifat sederhana dan informal. Evaluasi dilakukan melalui rapat rutin yang melibatkan kepala madrasah, guru, serta perwakilan staf. Hasil evaluasi biasanya muncul dari umpan balik wali murid, tanggapan masyarakat, serta pengamatan langsung terhadap respons publik terhadap kegiatan atau informasi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa MI Ma'arif Cekok telah menerapkan prinsip dasar evaluasi, yakni mendengar umpan balik publik dan memperbaiki strategi berdasarkan pengalaman sebelumnya. Namun, jika dibandingkan dengan pendekatan evaluasi menurut Cutlip, proses ini masih bisa dikembangkan menjadi lebih sistematis, misalnya dengan menggunakan kuesioner kepuasan publik, data engagement media sosial, atau analisis persepsi masyarakat secara berkala. Evaluasi yang lebih terstruktur akan membantu pihak madrasah untuk mengukur keberhasilan strategi humas secara objektif dan menjadi dasar perencanaan berikutnya.

D. Sinkronisasi dan Transformatif

Dalam tahap perencanaan manajemen humas di MI Ma'arif Cekok, telah terjadi sinkronisasi antara kebutuhan strategis lembaga dan pendekatan komunikasi yang dirancang. Proses perencanaan kegiatan komunikasi seperti promosi madrasah, publikasi kegiatan, serta koordinasi dengan wali murid disesuaikan dengan kalender akademik dan visi lembaga. Teori Cutlip mengenai identifikasi audiens, perumusan tujuan komunikasi, serta pemilihan kanal komunikasi juga dapat ditemukan dalam praktik ini, meskipun masih dalam bentuk sederhana dan informal. Dari sisi transformatif, tahap perencanaan menunjukkan potensi perubahan, karena terdapat inisiatif untuk memperluas jangkauan informasi melalui media sosial serta keterbukaan terhadap ide-ide baru dari guru atau wali kelas dalam tim media. Hal ini menandakan adanya orientasi pada perbaikan berkelanjutan yang mendorong perubahan positif dalam tata kelola komunikasi.

Tahapan pelaksanaan menunjukkan sinkronisasi antara program yang direncanakan dengan implementasi nyata, seperti promosi PPDB, dokumentasi kegiatan madrasah, dan publikasi melalui media sosial serta grup WhatsApp wali murid. Pelaksanaan ini mencerminkan adanya koordinasi antara kepala madrasah, waka humas, dan guru, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat konsisten dan mencerminkan citra positif lembaga. Secara transformatif, pelaksanaan kegiatan komunikasi telah memberi ruang partisipasi bagi banyak pihak dalam madrasah, termasuk guru dan wali kelas. Kegiatan dokumentasi digital dan keterlibatan masyarakat dalam program madrasah menciptakan hubungan yang lebih terbuka dan partisipatif, yang pada gilirannya memperkuat citra madrasah di tengah masyarakat.

Evaluasi kegiatan humas dilakukan secara internal dan informal, namun menunjukkan adanya kesadaran untuk memperbaiki sistem. Sinkronisasi dalam evaluasi tampak dari kesesuaian antara refleksi kegiatan sebelumnya dengan penyesuaian strategi untuk kegiatan berikutnya. Evaluasi juga melibatkan pertimbangan dari guru dan wali murid secara tidak langsung

melalui forum-forum komunikasi. Dari perspektif transformatif, proses evaluasi ini membuka peluang untuk pembaruan strategi komunikasi dan pelibatan lebih luas terhadap stakeholder, sehingga praktik humas tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga membentuk budaya komunikasi yang adaptif dan inovatif dalam lembaga.



BAB V
FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT MANAJEMEN
HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA
MADRASAH *TAHFIZ QUR'AN* DI MI MA'ARIF CEKOK
BABADAN PONOROGO

A. Paparan Data

1. Faktor Pendukung Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Keberhasilan manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung yang berperan dalam memperkuat efektivitas komunikasi dan hubungan dengan masyarakat. di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo, salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan humas adalah dukungan dari pihak internal, termasuk kepala madrasah, tenaga pendidik, staf tata usaha, serta seluruh elemen yang terlibat dalam operasional madrasah. Dukungan ini terlihat dalam bentuk komitmen untuk menjaga komunikasi yang baik dengan stakeholder, partisipasi aktif dalam kegiatan madrasah, serta sinergi antara berbagai pihak dalam menyampaikan informasi secara transparan dan konsisten. Selain itu, tenaga pendidik juga memiliki peran penting dalam membantu menyebarkan informasi kepada peserta didik dan wali murid, sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh madrasah dapat diterima dengan lebih efektif.

Selain faktor internal, keterlibatan wali murid dan masyarakat sekitar juga menjadi elemen penting dalam memperkuat citra madrasah *tahfidz qur'an*. Kepercayaan dan dukungan dari masyarakat terhadap madrasah berkontribusi besar dalam membangun reputasi yang baik. Partisipasi aktif wali murid dalam berbagai kegiatan sekolah, seperti

rapat komite, acara keagamaan, dan kegiatan sosial, menunjukkan bahwa madrasah memiliki hubungan yang erat dengan komunitas sekitarnya. Hubungan yang baik ini menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih inklusif dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap madrasah.



Gambar 5.1 Kegiatan Rutinan *Dzikrul Ghofilin* bersama Masyarakat⁸⁸



Gambar 5.2 Kenduri Pembangunan Gedung Madrasah bersama Masyarakat⁸⁹

⁸⁸ Lihat transkrip dokumentasi kode 07/D/27-2/2025

⁸⁹ Lihat transkrip dokumentasi kode 07/D/27-2/2025

Pemanfaatan media sosial dan teknologi komunikasi modern juga menjadi faktor pendukung utama dalam efektivitas manajemen humas. MI Ma'arif Cekok memanfaatkan berbagai *platform* digital untuk menyebarluaskan informasi, seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan media sosial lainnya, sehingga komunikasi dengan masyarakat dapat berjalan lebih cepat dan luas. Penggunaan teknologi ini memungkinkan madrasah untuk menjangkau tidak hanya wali murid dan masyarakat sekitar tetapi juga calon peserta didik serta pihak eksternal yang berpotensi mendukung perkembangan lembaga. Dengan adanya keterbukaan informasi yang disajikan melalui media digital, madrasah dapat membangun citra yang lebih profesional, transparan, dan mudah diakses oleh publik. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Nur Hayati selaku wali murid MI Ma'arif Cekok.

Iya, saya mengetahui beberapa program Humas yang dilakukan oleh madrasah. Biasanya saya lihat dari media sosial mereka, seperti Instagram atau Facebook, di situ sering diposting dokumentasi kegiatan anak-anak dan juga momen-momen penting seperti lomba-lomba atau yang lainnya. Saya juga tahu dari grup *WhatsApp* wali murid, kadang ada informasi kegiatan yang dibagikan oleh guru. Jadi kami sebagai orang tua merasa lebih dekat dengan kegiatan anak-anak di sekolah.⁹⁰

Selain itu, kerja sama dengan berbagai pihak eksternal, seperti instansi pemerintah, organisasi pendidikan, dan media lokal, turut memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan citra madrasah. Dukungan dari dinas pendidikan, Kementerian Agama, serta organisasi masyarakat setempat dapat memperkuat posisi madrasah dalam dunia pendidikan dan membuka peluang untuk mendapatkan bantuan atau program peningkatan mutu pendidikan. Publikasi berita mengenai kegiatan madrasah melalui media lokal juga membantu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan eksistensi lembaga di tingkat yang lebih luas.

⁹⁰ Lihat transkrip wawancara kode 04/W/20-2/2025

Faktor lainnya yang turut mendukung efektivitas manajemen humas adalah adanya budaya kerja sama dan komunikasi yang baik di lingkungan madrasah. Koordinasi yang terjalin dengan baik antara tenaga pendidik, tata usaha, dan pihak manajemen memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan kepada publik sesuai dengan visi dan misi madrasah. Selain itu, lingkungan kerja yang kondusif dan semangat kolaboratif juga menjadi elemen penting dalam menciptakan sinergi yang kuat dalam pengelolaan hubungan masyarakat. Selaras dengan yang disampaikan oleh Ibu Yeni Purnamasari, S.E selaku waka humas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Dalam pelaksanaannya itu banyak yang membantu dalam prosesnya. Kepala sekolah yang mendukung, bapak ibu guru, serta siswa itu sendiri. Sarana prasarana yang memadai juga menjadi factor pendukung keberhasilannya. Kemudian itu peran dan respon dari masyarakat yang baik terhadap madrasah juga menjadi madrasah MI ma'arif Cekok banyak di kenal.⁹¹

Keberhasilan program humas di MI Ma'arif Cekok tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, mulai dari kepala sekolah, guru, hingga siswa. Dukungan ini mencerminkan sinergi yang baik di dalam lingkungan madrasah, di mana seluruh elemen bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an*. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai juga menjadi faktor penting yang mendukung kelancaran pelaksanaan program humas, terutama dalam hal dokumentasi dan publikasi kegiatan.

Peran serta masyarakat dalam memberikan respons positif terhadap madrasah turut berkontribusi dalam membangun reputasi yang baik. Ketika masyarakat melihat adanya transparansi serta program yang berdampak positif, mereka akan semakin percaya dan mendukung madrasah. Hal ini berimplikasi pada semakin dikenalnya MI Ma'arif Cekok di lingkungan yang lebih luas, yang pada akhirnya dapat

⁹¹ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

meningkatkan daya tarik madrasah bagi calon siswa baru serta memperkuat eksistensinya sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

Dalam menjalankan program humas di MI Ma'arif Cekok, kami mendapatkan dukungan penuh dari kepala sekolah. Beliau selalu memberikan arahan dan kebebasan bagi kami untuk berinovasi, terutama dalam strategi publikasi dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Kepala sekolah juga aktif dalam memberikan motivasi serta memastikan setiap program humas mendapatkan fasilitas yang dibutuhkan. Selain itu, dukungan dari guru-guru dan tenaga kependidikan juga sangat berpengaruh. Mereka turut berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang kami publikasikan, baik melalui dokumentasi maupun keterlibatan langsung dalam event-event madrasah. Tim media yang terdiri dari beberapa guru, termasuk wali kelas, juga sangat membantu dalam produksi konten untuk media sosial. Tak hanya dari internal madrasah, dukungan juga datang dari komite madrasah dan masyarakat. Komite sering memberikan masukan dan membantu menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, seperti lembaga pendidikan lain atau dunia usaha. Sementara itu, masyarakat, khususnya wali murid, juga memberikan respon positif terhadap informasi yang kami sebar. Partisipasi mereka dalam mengomentari dan menyebarkan informasi di media sosial turut membantu meningkatkan citra madrasah di lingkungan sekitar.⁹²

Dukungan yang diberikan oleh kepala sekolah dalam pelaksanaan program humas di MI Ma'arif Cekok memiliki peran krusial dalam keberhasilannya. Kepala sekolah tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga kebebasan bagi tim humas untuk berinovasi dalam strategi publikasi dan kerja sama dengan pihak eksternal. Kebebasan ini memungkinkan tim humas untuk lebih kreatif dalam mengelola media sosial, mendokumentasikan kegiatan madrasah, serta membangun hubungan yang lebih luas dengan masyarakat dan institusi lain. Selain itu, kepala sekolah juga berperan dalam memastikan setiap program humas mendapatkan fasilitas yang memadai, sehingga proses pelaksanaan dapat berjalan dengan optimal.

Dukungan dari para guru dan tenaga kependidikan juga menjadi faktor penting dalam keberlanjutan program humas. Keterlibatan mereka

⁹² Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

dalam berbagai kegiatan madrasah, baik dalam dokumentasi maupun partisipasi langsung, turut memperkuat upaya publikasi dan transparansi madrasah kepada masyarakat. Tim media yang terdiri dari guru dan wali kelas berperan aktif dalam pembuatan konten media sosial, yang menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan visibilitas madrasah. Selain dukungan internal, peran komite madrasah dan masyarakat juga tak kalah penting. Komite madrasah tidak hanya memberikan masukan, tetapi juga membantu menjalin kerja sama dengan berbagai pihak eksternal, seperti lembaga pendidikan lain dan dunia usaha, yang berkontribusi dalam pengembangan madrasah. Respons positif dari masyarakat, khususnya wali murid, juga memperkuat citra madrasah. Partisipasi mereka dalam mengomentari serta menyebarkan informasi yang dipublikasikan madrasah di media sosial menunjukkan adanya kepercayaan dan keterlibatan aktif dalam mendukung perkembangan lembaga. Semua faktor ini berkontribusi pada peningkatan citra MI Ma'arif Cekok, menjadikannya lebih dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas.

2. Faktor Penghambat Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah *Tahfidz Qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Manajemen humas memiliki peran yang sangat penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan dan berbagai pihak yang terlibat, baik dari kalangan internal maupun eksternal. Sebagai ujung tombak dalam menjaga citra dan reputasi lembaga, humas bertugas untuk menyampaikan informasi, menjalin komunikasi yang efektif, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan. Keberhasilan manajemen humas bergantung pada berbagai aspek, seperti strategi komunikasi yang tepat, dukungan dari stakeholder, serta pemanfaatan media informasi yang efektif. Namun, dalam praktiknya, pengelolaan humas sering kali menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi kelancaran

dan efektivitas program yang telah dirancang. Oleh karena itu, memahami kondisi dan dinamika yang terjadi dalam pelaksanaan humas menjadi hal yang penting agar setiap kendala yang muncul dapat diatasi dengan strategi yang tepat.

Dalam menjalankan perannya, manajemen humas di sebuah lembaga pendidikan memiliki tantangan tersendiri yang dapat mempengaruhi efektivitasnya dalam membangun dan mempertahankan citra madrasah *tahfidz qur'an*. MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai institusi pendidikan berbasis keagamaan juga menghadapi berbagai hambatan dalam pengelolaan humas, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Hambatan-hambatan ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya dukungan dari stakeholder, minimnya akses terhadap teknologi komunikasi modern, hingga tantangan dalam membangun hubungan dengan pihak eksternal. Jika tidak diatasi dengan baik, hambatan ini dapat menghambat pelaksanaan strategi komunikasi dan publikasi yang berperan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

Mungkin salah satu hambatannya itu yang ada di sini, kurangnya SDM sih dari segi kuantitas, bukan kualitas ya. Kualitasnya, seperti kita, contohnya ini, untuk perbarui MOU dan sebagainya, selain bagian tata usaha membuatkan, itu langsung terjun ke ini, mendatangi ke RA-nya seperti itu. Ikut langsung, menemani, ketika ada kegiatan-kegiatan itu, mau nggak mau, meskipun banyak kerjaan agar tetap optimal itu juga harus ikut ke lapangan juga. Soalnya itu tadi kuantitasnya kurang, SDM-nya. Tapi kalau insya Allah, kalau ada kuantitas yang sudah terpenuhi, itu bisa lebih baik lagi, lebih cepat. Sebenarnya untuk kaitannya dengan kuantitas SDM itu sudah pernah disampaikan, maksudnya ada beberapa kesempatan disampaikan untuk merekrutmen tambah. Tapi ini juga kan kaitannya dengan kemampuan madrasa juga, kaitannya kan dengan upah gaji, kemudian itu yang pertama. Yang kedua, belum tentu dengan kita merekrut itu langsung menemukan SDM yang punya kompeten, terus dia juga

profesional, kan belum tentu juga. Jadi ada banyak pertimbangan masihan untuk merekrut SDM lagi.⁹³

Salah satu hambatan dalam manajemen humas di MI Ma'arif Cekok adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM), terutama dari segi kuantitas. Seluruh proses yang berkaitan dengan optimalisasi, penyaluran informasi, hingga pelaksanaan kegiatan humas masih menjadi tanggung jawab bagian tata usaha. Akibatnya, beban kerja yang cukup besar harus ditangani oleh tim yang jumlahnya terbatas. Meskipun dari segi kualitas SDM dinilai cukup baik, keterbatasan jumlah tenaga kerja sering kali menghambat efektivitas kerja, terutama dalam hal administrasi dan keterlibatan langsung di lapangan. Sebagai contoh, dalam proses pembaruan Memorandum of Understanding (MOU) dengan berbagai lembaga mitra seperti RA dan TK, tidak hanya bagian tata usaha yang harus menyiapkan dokumen, tetapi mereka juga harus terjun langsung mendatangi pihak terkait untuk memastikan kelancaran kerja sama. Selain itu, dalam setiap kegiatan yang melibatkan hubungan masyarakat, tim tata usaha harus tetap hadir di lapangan, meskipun beban kerja administratif mereka cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun madrasah berusaha untuk tetap optimal dalam menjalankan fungsi humas, keterbatasan SDM menjadi tantangan utama dalam pelaksanaannya.

Upaya untuk menambah SDM sebenarnya telah beberapa kali dipertimbangkan dan disampaikan dalam forum internal. Namun, terdapat beberapa kendala yang harus diperhitungkan, salah satunya adalah keterbatasan anggaran madrasah untuk memberikan upah kepada tenaga tambahan. Selain itu, proses rekrutmen juga menjadi tantangan tersendiri karena belum tentu SDM yang direkrut langsung memiliki kompetensi dan profesionalisme yang sesuai dengan kebutuhan madrasah. Oleh karena itu, meskipun ada kesadaran akan pentingnya peningkatan jumlah tenaga kerja, madrasah tetap harus

⁹³ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memutuskan untuk menambah SDM. Keterbatasan ini menegaskan bahwa dalam manajemen humas, tidak hanya strategi komunikasi yang penting, tetapi juga dukungan SDM yang memadai agar program dan kerja sama dengan berbagai pihak dapat berjalan lebih efektif. Dengan jumlah tenaga kerja yang cukup, proses administrasi dan operasional dapat berjalan lebih lancar, sehingga madrasah dapat lebih optimal dalam membangun dan menjaga citra positif di masyarakat.

B. Analisis Data

Dalam implementasi manajemen humas di MI Ma'arif Cekok, terdapat sejumlah faktor internal dan eksternal yang berperan sebagai pendukung, sekaligus beberapa kendala yang perlu diperhatikan. Teori manajemen humas dari Cutlip, Center, dan Broom menjelaskan bahwa keberhasilan program humas tidak hanya ditentukan oleh kualitas perencanaan dan pelaksanaannya, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan organisasi, sumber daya manusia, serta dukungan dari pimpinan dan publik.⁹⁴ Oleh karena itu, penting untuk meninjau bagaimana kondisi tersebut memengaruhi strategi komunikasi yang dijalankan oleh madrasah.

1. Faktor Pendukung

a. Faktor Internal

1) Dukungan kepemimpinan kepala madrasah

Kepala madrasah tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga terlibat aktif dalam pengambilan keputusan terkait komunikasi publik. Gaya kepemimpinan yang terbuka, kolaboratif, dan partisipatif menciptakan iklim komunikasi yang sehat, baik di internal lembaga maupun dalam menjalin hubungan dengan publik eksternal.⁹⁵ Dalam perspektif Cutlip, dukungan manajerial merupakan syarat penting agar program

⁹⁴ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*

⁹⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*.52.

humas dapat dijalankan secara efektif, karena tanpa dukungan pimpinan, kegiatan humas akan kehilangan otoritas strategisnya.

2) Budaya organisasi yang kooperatif

Budaya saling membantu antarstaf, serta adanya kesadaran bersama tentang pentingnya citra madrasah, mendorong keterlibatan seluruh elemen madrasah, meskipun tanpa struktur humas yang formal. Nilai-nilai religius dan kekeluargaan yang hidup di lingkungan madrasah menciptakan suasana kerja yang kondusif dan mendorong kolaborasi dalam mengelola komunikasi publik.

b. Faktor Eksternal

1) Dukungan wali murid dan masyarakat sekitar

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah relatif tinggi, ditandai dengan keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan dan program. Hal ini memudahkan proses komunikasi serta memperkuat citra positif lembaga. Menurut Cutlip, hubungan yang didasarkan pada saling pengertian (*mutual understanding*) merupakan inti dari fungsi humas yang efektif, dan hal ini tercermin dalam relasi madrasah dengan komunitasnya.

2) Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik

Meskipun pengelolaannya masih sederhana dan tidak dilakukan secara profesional, media sosial menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan informasi, mempromosikan kegiatan, serta menjalin kedekatan dengan publik. Kehadiran media sosial juga memperluas jangkauan eksistensi madrasah di ruang publik digital.

3) Lingkungan sosial-kultural masyarakat

Karakter masyarakat yang religius, guyub, dan menghargai pendidikan memberikan dukungan sosial yang kuat terhadap keberadaan madrasah. Hal ini mempermudah lembaga

dalam membangun komunikasi dua arah serta menciptakan hubungan yang harmonis dan produktif dengan publik eksternal.

2. Faktor Penghambat

Tidak adanya tim humas khusus menyebabkan tugas-tugas kehumasan hanya bersifat tambahan bagi tenaga tata usaha atau guru yang merangkap. Kondisi ini berisiko menurunkan efektivitas kerja karena tidak semua personel memiliki keahlian komunikasi atau strategi media yang memadai. Dalam perspektif Cutlip, struktur organisasi yang mendukung adalah salah satu komponen dasar dalam *strategic public relations management*. Oleh karena itu, solusi yang dapat diterapkan adalah pembentukan tim kecil kehumasan secara formal, meskipun sederhana, dengan pelatihan dasar komunikasi publik bagi anggotanya. Keterbatasan pelatihan atau peningkatan kapasitas SDM juga menjadi kendala tersendiri. Karena staf yang menangani kehumasan tidak memiliki latar belakang profesional di bidang ini, maka potensi terjadinya miskomunikasi atau pengelolaan media yang tidak maksimal cukup besar. Dalam teori Cutlip, penguasaan kompetensi teknis dan strategis dalam komunikasi menjadi prasyarat penting dalam manajemen humas yang berorientasi pada efektivitas dan efisiensi. Sebagai langkah awal, madrasah dapat mengupayakan kerja sama dengan instansi pendidikan atau komunitas humas lokal untuk mengadakan pelatihan singkat atau sesi berbagi praktik baik (*best practice*).

C. Sinkronisasi dan Transformatif

Kepemimpinan kepala madrasah menjadi faktor utama yang mengalami sinkronisasi ketika arah kebijakan lembaga diselaraskan dengan kebutuhan pengelolaan komunikasi publik. Kepala madrasah tidak hanya berperan sebagai penentu kebijakan, tetapi juga memfasilitasi partisipasi dari guru dan staf tata usaha dalam kegiatan humas. Hal ini mencerminkan transformasi model kepemimpinan dari yang awalnya sentralistik menjadi lebih partisipatif dan kolaboratif. Proses transformasi ini kemudian diikuti oleh perkembangan peran sumber daya manusia di lingkungan madrasah.

Guru-guru yang sebelumnya hanya berfokus pada kegiatan pembelajaran mulai merangkap peran sebagai tim dokumentasi dan media. Mereka belajar secara mandiri untuk mengelola publikasi kegiatan melalui media sosial, menunjukkan adanya perubahan peran dari administratif ke arah strategis. Sinkronisasi peran ini menjadi penting karena menunjukkan bahwa meskipun tidak ada divisi humas secara struktural, namun fungsi kehumasan tetap berjalan efektif melalui kerja lintas peran yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan madrasah.

Selanjutnya, pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi menjadi faktor yang sangat signifikan dalam proses sinkronisasi antara kebutuhan internal madrasah dan ekspektasi eksternal dari masyarakat. Awalnya, media sosial hanya digunakan sebagai alat penyampaian informasi, namun dalam perkembangannya, media ini bertransformasi menjadi ruang dialogis yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara madrasah dan publik, terutama wali murid. Transformasi ini tidak hanya menunjukkan kecakapan teknologis yang berkembang di lingkungan madrasah, tetapi juga menandai pergeseran pola komunikasi lembaga yang lebih terbuka dan responsif. Sinkronisasi juga terjadi pada tingkat budaya organisasi, di mana nilai gotong royong, keterbukaan, dan kekeluargaan diinternalisasi ke dalam praktik kerja sama tim humas. Budaya kerja ini membentuk ekosistem komunikasi internal yang mendukung keberhasilan program humas. Dalam hal ini, transformasi budaya organisasi tampak dari cara madrasah mendorong inovasi-inovasi kecil, seperti pembentukan tim media dari unsur guru, serta pengembangan konten promosi yang lebih kreatif dan sesuai dengan karakter Lembaga.

Sementara itu, dari sisi eksternal, harapan masyarakat terhadap peran madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam turut mengalami proses sinkronisasi melalui pendekatan humas yang adaptif dan komunikatif. Madrasah menyesuaikan isi pesan, bentuk komunikasi, dan cara penyampaian dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dihargai masyarakat, seperti religiusitas, keterbukaan, dan kepedulian sosial. Tidak hanya itu, proses

transformasi juga terjadi ketika masyarakat mulai dilibatkan secara aktif dalam kegiatan madrasah, seperti pengajian wali murid, kegiatan sosial, dan promosi PPDB. Hal ini menunjukkan perubahan relasi antara madrasah dan masyarakat dari yang bersifat pasif menjadi aktif dan saling terlibat. Dengan demikian, sinkronisasi dan transformasi dari faktor-faktor tersebut telah membentuk sistem manajemen humas yang tidak hanya fungsional tetapi juga kontekstual, sesuai dengan karakter lokal madrasah dan tuntutan zaman. Proses ini menjadi fondasi penting dalam membangun citra madrasah yang positif, dipercaya, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat sekitar.



BAB VI
IMPLIKASI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN CITRA MADRASAH *TAHFIDZ QUR'AN*
DI MI MA'ARIF CEKOK BABADAN PONOROGO

A. Paparan Data

Manajemen humas memiliki peran yang sangat strategis dalam membangun dan mempertahankan citra lembaga, terutama dalam dunia pendidikan. Sebagai jembatan komunikasi antara lembaga dengan masyarakat, humas tidak hanya bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi, tetapi juga dalam menciptakan persepsi positif yang dapat meningkatkan kepercayaan publik. Implikasi dari manajemen umas yang efektif dapat dirasakan dalam berbagai aspek, baik di tingkat internal maupun eksternal lembaga. Pengelolaan humas yang baik dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara sekolah, tenaga pendidik, peserta didik, orang tua, serta stakeholder lainnya dalam berbagai kegiatan.⁹⁶ Selain itu, keberhasilan dalam menjalankan strategi komunikasi yang tepat juga dapat meningkatkan daya saing lembaga di tengah persaingan dengan institusi pendidikan lainnya.

Dampak dari manajemen humas tidak hanya terbatas pada aspek promosi atau publikasi, tetapi juga berpengaruh terhadap perkembangan kelembagaan. Ketika citra positif berhasil dibangun, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga akan semakin meningkat, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan jumlah peserta didik, dukungan dari wali murid, serta peluang kerja sama dengan pihak eksternal. Selain itu, manajemen humas yang baik juga dapat menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih kondusif, di mana komunikasi yang terbuka dan efektif antara berbagai pihak dapat mendorong partisipasi aktif dalam mendukung visi dan misi lembaga.

⁹⁶ Lihat transkrip dokumentasi 07/D/28-2/2025

Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Yeni Purnamasari, S.E selaku waka humas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

Setelah program humas dilaksanakan, hubungan antara MI Ma'arif Cekok dengan pihak eksternal mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Salah satu indikator utamanya adalah semakin banyaknya kerja sama yang terjalin dengan berbagai pihak, baik dalam bidang pendidikan, sosial, maupun dunia usaha.⁹⁷

Pelaksanaan program humas di MI Ma'arif Cekok membawa dampak positif terhadap hubungan madrasah dengan pihak eksternal. Salah satu indikator utama dari keberhasilan ini adalah meningkatnya jumlah kerja sama yang terjalin dengan berbagai pihak, baik dalam bidang pendidikan, sosial, maupun dunia usaha. Hal ini menunjukkan bahwa madrasah semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat serta lembaga lain sebagai institusi yang aktif dan terbuka dalam membangun kemitraan. Kerja sama di bidang pendidikan, misalnya, memungkinkan madrasah untuk memperluas jejaring dengan sekolah lain, meningkatkan kualitas pembelajaran, serta mendapatkan dukungan dalam pengembangan program akademik. Di bidang sosial, keterlibatan madrasah dalam kegiatan kemasyarakatan turut memperkuat hubungan dengan warga sekitar, menciptakan citra positif sebagai lembaga yang peduli terhadap lingkungan sosialnya. Sementara itu, kerja sama dengan dunia usaha juga memberikan manfaat dalam bentuk dukungan fasilitas maupun sponsorship untuk kegiatan madrasah.

Peningkatan hubungan ini membuktikan bahwa strategi humas yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan memperluas jaringan kerja sama. Dengan semakin banyaknya pihak eksternal yang terlibat dan mendukung madrasah, citra MI Ma'arif Cekok pun semakin kuat sebagai lembaga pendidikan yang aktif, profesional, dan memiliki peran strategis dalam masyarakat. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Lutfi Novita A, S.Pd.I selaku kepala sekolah MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo sebagai berikut.

⁹⁷ Lihat transkrip wawancara kode 02/W/19-2/2025.

Setelah program humas di MI Ma'arif Cekok berjalan secara aktif, citra lembaga mengalami perubahan yang cukup signifikan di mata masyarakat. Madrasah yang sebelumnya dikenal secara terbatas oleh lingkungan sekitar kini mulai lebih dikenal oleh khalayak yang lebih luas, baik melalui kegiatan-kegiatan langsung di masyarakat maupun melalui media sosial yang dikelola dengan lebih profesional. Publikasi yang lebih konsisten mengenai berbagai kegiatan madrasah, seperti program tahfidz, dzikrul ghofilin, serta partisipasi dalam event kemasyarakatan, memberikan gambaran bahwa madrasah ini memiliki peran aktif dalam membangun karakter dan akademik siswa. Selain itu, peningkatan interaksi dengan masyarakat dan wali murid melalui media sosial juga menunjukkan hasil yang positif. Respon yang diberikan oleh orang tua maupun masyarakat dalam bentuk komentar, saran, dan apresiasi terhadap kegiatan madrasah menjadi indikasi bahwa keberadaan dan kualitas lembaga semakin diperhatikan. Masyarakat tidak hanya melihat madrasah sebagai tempat belajar bagi anak-anak, tetapi juga sebagai lembaga yang aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan.⁹⁸

Implementasi program humas di MI Ma'arif Cekok membawa perubahan yang signifikan terhadap citra madrasah *tahfidz qur'an* di mata masyarakat. Sebelumnya, madrasah ini hanya dikenal dalam lingkup terbatas di lingkungan sekitar, namun dengan strategi publikasi yang lebih terarah dan konsisten, namanya mulai dikenal lebih luas. Peningkatan ini tidak hanya terjadi melalui interaksi langsung dalam kegiatan kemasyarakatan, tetapi juga lewat media sosial yang dikelola lebih profesional.

Berdasarkan paparan data diatas sesuai dengan observasi mengenai pengamatan media sosial yang menunjukkan bahwa madrasah menerapkan berbagai bentuk komunikasi dengan masyarakat melalui kanal yang informal maupun resmi. Salah satu bentuk komunikasi yang paling dominan adalah melalui grup WhatsApp kelas yang dikelola oleh masing-masing wali kelas. Dalam grup tersebut, wali murid mendapatkan informasi rutin mengenai perkembangan anak-anak mereka, jadwal kegiatan madrasah, hingga informasi tentang kegiatan-kegiatan Humas seperti lomba, publikasi, dan kegiatan sosial-keagamaan.⁹⁹

⁹⁸ Lihat transkrip wawancara kode 01/W/18-2/2025.

⁹⁹ Lihat transkrip observasi kode 04/O/19-2/2025.

Interaksi yang lebih intens dengan wali murid dan masyarakat melalui media sosial turut berperan dalam memperkuat citra madrasah. Respon berupa komentar, saran, dan apresiasi dari orang tua menunjukkan adanya peningkatan perhatian terhadap keberadaan madrasah. Hal ini mencerminkan bahwa MI Ma'arif Cekok tidak hanya dipandang sebagai tempat belajar bagi anak-anak, tetapi juga sebagai institusi yang aktif dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Perubahan ini membuktikan bahwa strategi humas yang diterapkan berhasil dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperluas jangkauan pengaruh madrasah di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Ahmad Niam, S.Pd selaku wali kelas MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo.

Kami para guru bukan hanya mengajar di kelas, tapi juga ikut dalam berbagai kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh madrasah. Misalnya, saat ada program bakti sosial atau pembagian sembako untuk warga sekitar, kami ikut terjun langsung. Bahkan saat ada warga yang terkena musibah, seperti sakit atau kecelakaan, madrasah biasa mengajak kami untuk takziah atau menjenguk bersama. Kegiatan seperti ini bukan hanya membentuk karakter sosial siswa, tapi juga membuat masyarakat merasa dekat dan dihargai oleh madrasah.¹⁰⁰

Keterlibatan guru dalam kegiatan sosial menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya berfokus pada kegiatan akademik, tetapi juga pada penguatan relasi sosial dengan masyarakat. Implementasi program CSR secara langsung oleh tenaga pendidik memperkuat kedekatan emosional antara lembaga dan lingkungan sekitar, yang menjadi faktor penting dalam membentuk citra madrasah *tahfidz qur'an* sebagai institusi yang peduli dan humanis.

B. Analisis Data

Dalam teori Cutlip, fungsi utama humas adalah menjembatani hubungan antara organisasi dan publiknya melalui komunikasi yang dua arah, terbuka, dan sistematis.¹⁰¹ Tujuannya tidak hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi juga membangun *goodwill*, kredibilitas, dan kepercayaan.

¹⁰⁰ Lihat transkrip dokumentasi kode 06/D/27-2/2025

¹⁰¹ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M, *Effective Public Relations*, 342

Prinsip ini tercermin dalam strategi komunikasi MI Ma'arif Cekok yang melibatkan partisipasi warga sekolah secara kolektif, meskipun tanpa struktur humas yang formal. Kehadiran media sosial sebagai alat penyebaran informasi, seperti dokumentasi kegiatan, pengumuman, dan interaksi dengan wali murid, menjadi saluran penting dalam membentuk narasi positif tentang madrasah. Meski pengelolaannya masih sederhana, keterbukaan informasi dan kecepatan tanggapan telah menciptakan kesan bahwa madrasah bersifat aktif, terbuka, dan dinamis. Dalam kerangka Cutlip, ini menunjukkan upaya madrasah dalam memenuhi prinsip *responsiveness*, yang menjadi bagian dari citra yang sehat dan bertanggung jawab secara sosial.

Di sisi lain, gaya kepemimpinan yang kolaboratif, didukung budaya kerja yang kooperatif, membentuk ekosistem internal yang kondusif. Ini berdampak langsung pada pelayanan yang diberikan kepada publik. Komunikasi yang baik antarwarga sekolah, serta dengan wali murid, memperkuat *internal relationship* yang menjadi fondasi dari citra eksternal yang kuat. Menurut Cutlip, kualitas hubungan internal yang baik akan berkontribusi pada keselarasan pesan yang diterima oleh publik, sehingga citra yang dibentuk tidak bersifat artifisial, melainkan mencerminkan kenyataan di dalam lembaga itu sendiri. Dampak positif lain dari aktivitas humas dapat dilihat dari meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan-kegiatan madrasah, serta kepercayaan wali murid dalam menyekolahkan anak-anak mereka di MI Ma'arif Cekok. Ini menandakan bahwa manajemen humas, meskipun belum ideal, telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai *image builder* dan *public connector*. Citra lembaga sebagai madrasah yang ramah, religius, dan komunikatif mulai tertanam dalam benak publik, sejalan dengan orientasi komunikasi strategis yang disarankan oleh Cutlip, yaitu menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan antara organisasi dan publik.

Peningkatan citra madrasah *tahfidz qur'an* MI Ma'arif Cekok dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut.¹⁰²

1. Pengelolaan Komunikasi: Sebelumnya, madrasah cenderung lambat dalam merespons pertanyaan atau keluhan dari masyarakat, yang mengarah pada ketidakpercayaan dikarenakan belum adanya penggunaan media sosial dan keterlibatan dengan lembaga setingkat RA . Setelah penerapan manajemen humas dengan menggunakan media sosial madrasah menjadi lebih terbuka dalam komunikasi dan responsif terhadap kebutuhan informasi dari masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat merasa lebih diperhatikan dan lebih mudah dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.
2. Strategi Pemasaran dan Branding: Sebelumnya, madrasah tidak memiliki strategi pemasaran yang jelas, sehingga hanya dikenal di kalangan terbatas. Setelah manajemen humas diterapkan, branding melalui media sosial dan promosi kegiatan madrasah berjalan lebih baik, membuat madrasah lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Masyarakat menganggap bahwa mereka kini lebih paham mengenai identitas dan pencapaian madrasah melalui media sosial dan promosi yang konsisten.
3. Kegiatan Sosial dan CSR: Madrasah sebelumnya tidak melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosial atau CSR, sehingga hubungan dengan masyarakat kurang erat. Namun, setelah adanya penerapan manajemen humas, kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat semakin banyak dilakukan, seperti bakti sosial dan kegiatan kemasyarakatan.
4. Hubungan dengan Media: Sebelumnya, madrasah tidak menjalin hubungan yang erat dengan media, sehingga tidak ada pemberitaan yang mempromosikan kegiatan mereka. Namun, setelah penerapan manajemen humas, hubungan dengan media terjalin baik, dan media mulai meliput kegiatan madrasah, yang berdampak positif pada citra madrasah *tahfidz qur'an*. Masyarakat merasa lebih yakin dan percaya pada madrasah karena pemberitaan positif di media sosial dan lokal.

¹⁰² Syahirul Alim, *Digital PR: Dasar-Dasar Strategi Komunikasi di Era Digital*. 16.

5. Penggunaan Media Sosial: Sebelumnya, madrasah tidak aktif menggunakan media sosial, sehingga informasi tentang kegiatan atau prestasi tidak dapat dijangkau secara luas. Setelah manajemen humas diterapkan, penggunaan media sosial menjadi lebih aktif dengan konten yang lebih terstruktur dan menarik. Wali murid dan masyarakat merasa lebih terhubung dengan madrasah dan mudah mendapatkan informasi terbaru tentang aktivitas dan pencapaian madrasah.
6. Evaluasi dan Umpan Balik: Sebelumnya, tidak ada evaluasi yang melibatkan masyarakat untuk meningkatkan kinerja madrasah. Setelah penerapan manajemen humas, evaluasi dan umpan balik mulai diolah secara lebih terstruktur untuk perbaikan dan peningkatan kualitas layanan madrasah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa wali murid merasa lebih dihargai karena umpan balik mereka digunakan untuk memperbaiki kegiatan madrasah dan meningkatkan layanan pendidikan.

C. Sinkronisasi dan Transformatif

Proses sinkronisasi dan transformasi dalam manajemen humas di MI Ma'arif Cekok memberikan sejumlah implikasi penting terhadap keberlangsungan dan penguatan citra madrasah *tahfidz qur'an*, baik dari aspek internal kelembagaan maupun eksternal dalam hubungan dengan masyarakat. Secara internal, implikasi yang paling nyata adalah terbentuknya kesadaran kolektif di antara seluruh elemen madrasah mengenai pentingnya komunikasi sebagai bagian integral dari tata kelola lembaga. Meskipun tidak memiliki struktur organisasi humas yang formal, melalui proses sinkronisasi peran, setiap komponen mulai dari kepala madrasah, guru, staf TU, hingga wali kelas mampu mengambil peran aktif dalam upaya membangun dan menjaga citra madrasah *tahfidz qur'an*. Transformasi ini melahirkan budaya kerja yang lebih terbuka, kolaboratif, dan adaptif terhadap tantangan komunikasi di era digital. Implikasinya adalah terbangunnya ekosistem kerja yang tidak hanya menekankan pada fungsi administratif dan pedagogis, tetapi juga pada fungsi representatif dan komunikasi strategis. Hal ini memperkuat

kapasitas internal madrasah dalam merespons dinamika sosial serta membangun kepercayaan di kalangan stakeholder internal.

Di sisi eksternal, sinkronisasi strategi komunikasi melalui media sosial dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai program madrasah memberikan implikasi dalam bentuk peningkatan partisipasi publik dan perluasan dukungan terhadap madrasah. Citra positif yang dibangun secara konsisten melalui dokumentasi kegiatan, narasi keberhasilan siswa, dan keaktifan madrasah dalam kegiatan sosial membuat masyarakat merasa lebih dekat dan percaya terhadap lembaga. Transformasi dari model komunikasi satu arah menjadi dua arah memungkinkan terjadinya hubungan yang lebih dialogis, terbuka, dan partisipatif antara madrasah dan masyarakat. Implikasi jangka panjang dari proses ini adalah meningkatnya loyalitas orang tua, bertambahnya minat calon peserta didik, dan semakin kuatnya posisi madrasah dalam peta pendidikan lokal. Dengan kata lain, proses manajemen humas yang diselaraskan dan dikembangkan secara progresif tidak hanya meningkatkan citra madrasah dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat daya tahan dan keberlanjutan eksistensi madrasah di tengah persaingan lembaga pendidikan lainnya.

Lebih jauh, implikasi dari sinkronisasi dan transformasi manajemen humas ini juga menyentuh aspek kelembagaan secara struktural. Keberhasilan pengelolaan komunikasi meskipun dalam keterbatasan sumber daya, mendorong munculnya kesadaran akan perlunya pembentukan unit atau tim humas yang lebih formal dan terstruktur ke depannya. Hal ini menunjukkan bahwa proses yang selama ini bersifat inisiatif dan fleksibel dapat menjadi dasar untuk penguatan kelembagaan yang lebih sistematis. Oleh karena itu, proses ini tidak hanya menghasilkan pencitraan, tetapi juga menata ulang arah pengembangan lembaga melalui komunikasi yang terkelola dengan baik. Dengan demikian, manajemen humas yang sinkron dan transformatif tidak hanya berdampak pada cara lembaga dipersepsikan, tetapi juga pada bagaimana lembaga tersebut berkembang secara berkelanjutan dari dalam ke luar.

BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian, analisis, serta pembahasan terhadap temuan hasil penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Ponorogo ditarik kesimpulan, yaitu :

1. Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Perencanaan dilakukan dengan pengelolaan administrasi dan rencana kerja humas. Pelaksanaan dilakukan dengan optimalisasi media sosial, kegiatan keagamaan dan partisipasi masyarakat, serta kemitraan dengan pihak eksternal. Evaluasi dilakukan dengan monitoring, evaluasi dan pelaporan

2. Faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Faktor pendukung yaitu dukungan kepemimpinan kepala sekolah, budaya organisasi yang kooperatif, dukungan wali murid dan masyarakat sekitar, pemanfaatan media sosial, dan lingkungan sosial-kultural masyarakat. Faktor penghambat yaitu keterbatasan SDM dari segi kuantitas dan pelatihan

3. Implikasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo

Implikasi manajemen humas di MI Ma'arif Cekok Babadan Ponorogo berdampak positif pada citra lembaga yang sebelumnya belum terlaksana menjadi terlaksana. Penerapan manajemen humas yang lebih terstruktur di MI Ma'arif Cekok Ponorogo meningkatkan citra lembaga melalui komunikasi yang transparan, penggunaan media sosial yang

aktif, hubungan positif dengan media, serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial dan CSR. Umpan balik masyarakat juga berkontribusi pada perbaikan citra lembaga.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di MI Ma'arif Ponorogo terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan kepada pihak terkait, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah

Kepala sekolah harus mampu mempertahankan, mempersiapkan, serta mengupayakan sekolah untuk terus eksis agar minat masyarakat semakin lama semakin meningkat. Kepala sekolah melakukan perbaikan-perbaikan untuk ketercapaian program-program yang dilaksanakan. Kepala sekolah berupaya untuk terus meningkatkan prestasi agar mampu bersaing dengan lembaga swasta lain mengingat persaingan dunia pendidikan saat ini semakin ketat. Upaya tersebut bisa dilakukan dengan perbaikan dari segi sumber daya, sarana prasarana yang menunjang, dana yang dibutuhkan, serta tetap konsisten terhadap mutu pelayanan sebagai standart terciptanya kepuasan pelanggan.

2. Bagi waka humas dan *stakeholders* lainnya

Waka humas dan *stakeholders* diharapkan mampu menyediakan kegiatan-kegiatan yang mampu meningkatkan citra madrasah *tahfidz qur'an* di pandangan masyarakat baik berbentuk program online maupun offline. Waka humas dan *stakeholders* berupaya mengoptimalkan fungsi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi sehingga kegiatan yang berpotensi meningkatkan manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga di MI Ma'arif Cekok Ponorogo.

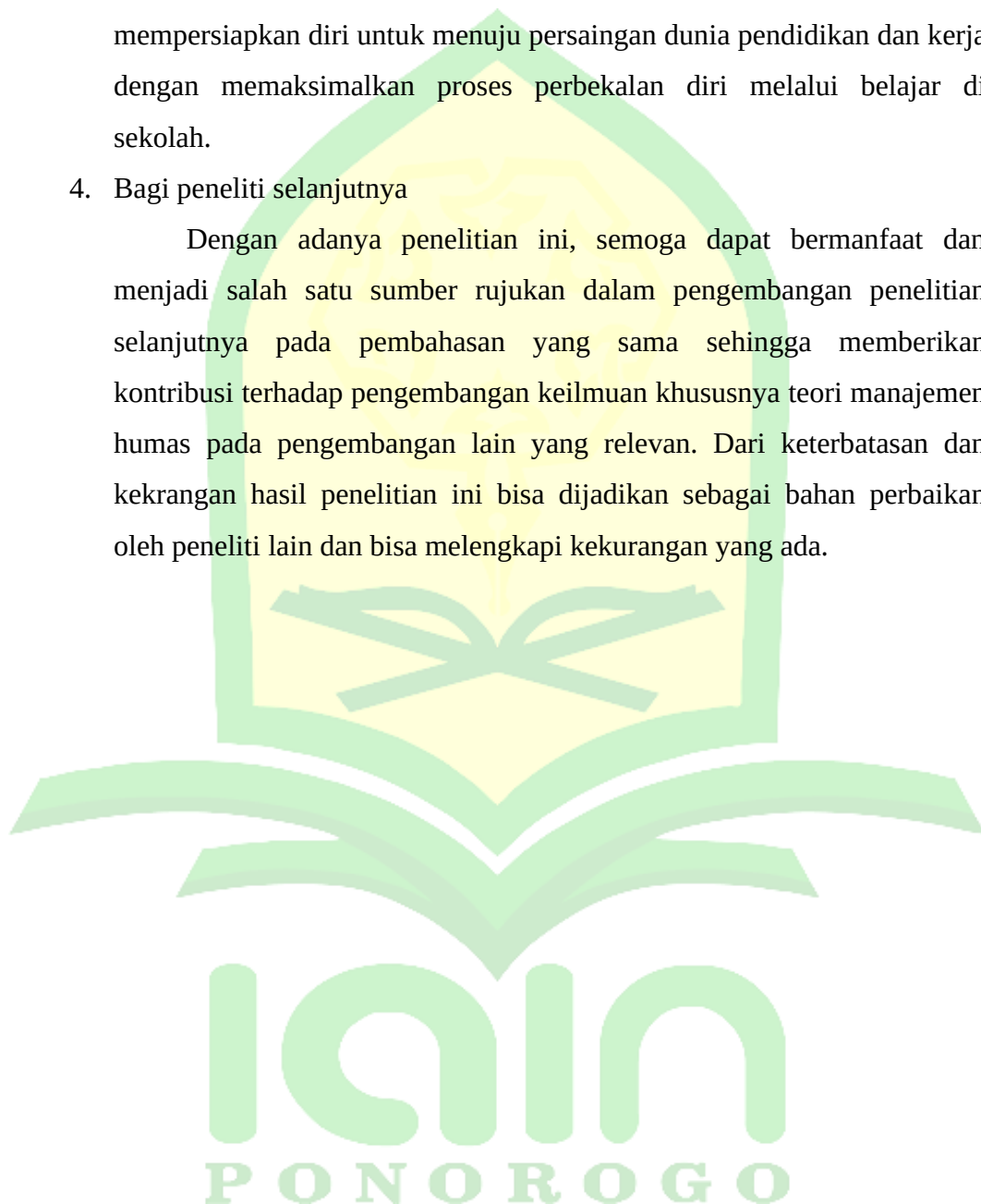
3. Bagi Guru dan Siswa

Guru dan siswa hendaknya tidak merasa cepat puas dengan apa yang diperoleh saat ini, tetap terus belajar serta mengembangkan kemampuan. Guru memiliki motivasi kuat untuk selalu berbenah diri

dengan meningkatkan kompetensi, berkolaborasi dengan berbagai pihak, menyibukkan diri untuk perubahan positif, serta menerima perubahan seperti dalam pemanfaatan teknologi demi kemajuan dirinya, lingkungan, dan sekolah agar lebih baik lagi kedepannya. Siswa juga harus mempersiapkan diri untuk menuju persaingan dunia pendidikan dan kerja dengan memaksimalkan proses perbekalan diri melalui belajar di sekolah.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat bermanfaat dan menjadi salah satu sumber rujukan dalam pengembangan penelitian selanjutnya pada pembahasan yang sama sehingga memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan khususnya teori manajemen humas pada pengembangan lain yang relevan. Dari keterbatasan dan kekurangan hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan perbaikan oleh peneliti lain dan bisa melengkapi kekurangan yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Syahirul. *Digital PR: Dasar-Dasar Strategi Komunikasi di Era Digital*. Lamongan: Global Interactive Media. 2024.
- Andang. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Konsep Strategi, dan Inovasi Menuju Sekolah Efektif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Bhattacharyya, Jnanabrata. Theorizing Community Development. *Journal of the Community Development Society*. Vol. 34. No. 2, 5.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Carroll, Archie B. "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons* 34, no. 4. 1991. 39.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*, 339.
- Dwiyama, Fajri. "Manajemen Humas Membangun Peran Masyarakat pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No 2. Februari 2020. 66.
- Elvinaro, Ardiantoro dan Soleh Soemirat. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Fatah, Nanang. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Finawati. *Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi'in Pamekasan*. Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang. 2022. 8.
- Firsan, Nova. *Crisis Publik Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011).
- Fombrun, Charles J. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press. 1996. 72.
- Grunig, James E. dan Todd Hunt, *Managing Public Relations*. New York: Holt. Rinehart and Winston. 1984.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Kaplan, Andreas M. dan Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53. no. 1. 2010. 59.

- Kejora, Sangga Cumbuan. *Upaya Membangun Citra dan Meningkatkan Minat Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam melalui Manajemen Strategis Public Relations: Studi Kasus di Pondok Pesantren An-Nur II Bululawang Malang*. Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang. 2019. 6
- Keller, Kevin Lane. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River. NJ: Pearson Prentice Hall. 2013.
- Kirana, Ambarwati. *Peran dan Strategi Publik Relations dalam Membangun Citra* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2009.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Morissan. *Manajemen Publik Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Mulyasa. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Newsom, Doug, Judy VanSlyke Turk, dan Dean Kruckeberg, *This is PR: The Realities of Public Relations*, 11th ed. Boston: Wadsworth Cengage Learning. 2013.
- Pulizzi, Joe. *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. New York: McGraw-Hill Education, 2014.
- Rahman, Danial. "Problematisasi yang dihadapi Lembaga Pendidikan Islam sebagai Tantangan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan". *Nazzama Journal Of Management Education*, Vol 1 Nomor 1. September 2021. 79.
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.
- Rosady, Ruslan. *Publik Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, tahun 2008.
- Saldana, Miles, Huberman. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*,
- Soleh, Soemirat. Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Suardi, M. "Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan," *Kelola: Journal of Islamic Education Management* 2, no. 2 (2017) : 118.

Surya, Gumilang Galang. "Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling," *Jurnal Fokus Konseling*, Vol 2, No. 2 (Agustus 2016) : 154.

Suryadi. *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa, 2009.

Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Wilcox, Dennis L. dan Glen T. Cameron. *Public Relations: Strategies and Tactics*, 11th ed. Boston: Pearson. 2014.

