

# Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Terhadap Pendidikan Madrasah

Muhammad Nur Hakim<sup>1</sup>, Fahrur Rozi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto

<sup>2</sup> UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

E-mail:munuhakim92@gmail.com, fahrurrozi30333@gmail.com

\*Penulis koresponden, munuhakim92@gmail.com

## Abstract:

This study aims to analyze and compare public relations management strategies at MAN Gondanglegi and MA AN-Nur Bululawang, with a focus on enhancing community interest in these educational institutions. Employing a qualitative approach, this research scrutinizes planning, execution, and evaluation phases of public relations within both schools, alongside their impact on attracting more students. Results demonstrate that both MAN Gondanglegi and MA AN-Nur Bululawang employ a comprehensive array of strategies, including media publications, alumni networks, and community engagement activities, which have significantly increased their popularity and student enrollment. The study concludes that effective public relations management plays a crucial role in the growth and reputation of educational institutions. These findings underline the importance of strategic communication and community involvement in the educational sector, offering valuable insights for other institutions aiming to enhance their public image and attract more students. For further research, it is recommended that researchers conduct a more in-depth analysis of the long-term impact of public relations management strategies on improving the image and reputation of educational institutions at national and international levels.

**Keywords:** Public Relations Management; Community Interest Enhancement; Madrasah; Implementation Strategies; Positive Impact

## Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan strategi manajemen humas yang diterapkan oleh MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang dalam meningkatkan animo masyarakat. Penelitian ini mengambil ruang lingkup pada implementasi strategi komunikasi, publikasi, dan kerjasama yang dilakukan oleh kedua institusi pendidikan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif melalui studi literatur dan data sekunder terkait praktik manajemen humas di kedua sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua institusi memiliki pendekatan unik dalam manajemen humas, yang mencakup penggunaan media publikasi, aktivitas ekstrakurikuler, dan kerjasama dengan pihak eksternal. Dari analisis tersebut, disimpulkan bahwa strategi manajemen humas yang efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan reputasi dan preferensi masyarakat terhadap institusi pendidikan. Kesuksesan strategi ini tercermin dari peningkatan jumlah pendaftaran siswa baru di kedua

sekolah tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti harus melakukan penelitian lebih lanjut tentang efek jangka panjang dari pendekatan manajemen humas terhadap peningkatan citra dan reputasi institusi pendidikan di tingkat nasional dan internasional.

**Kata kunci:** Manajemen Humas; Peningkatan Animo Masyarakat; Madrasah; Strategi Implementasi; Dampak Positif

## PENDAHULUAN

Di zaman yang serba canggih dan kompetitif ini, tantangan dalam dunia pendidikan menjadi semakin ketat, memacu berbagai strategi untuk menarik perhatian dan minat dari pihak eksternal, khususnya stakeholder, terhadap institusi pendidikan (Ayunisa & Sholeh, 2022; Fitria et al., 2022). Untuk mencapai hal tersebut, institusi pendidikan harus berinovasi dalam peningkatan kualitas pendidikan yang mereka sediakan bagi masyarakat atau calon pengguna jasa pendidikan (Iskandar et al., 2022). Persaingan dalam meningkatkan kualitas pendidikan telah berkembang menjadi suatu konsep yang semakin diminati seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan pendidikan berkualitas. Karena itu, penting bagi pemimpin pendidikan untuk mengembangkan kemampuan sosialisasi sehingga program-program pendidikan dapat dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat (Gani et al., 2021; Hakim & Cahyaningtiyas, 2023).

Mengingat persaingan di sektor pendidikan yang kian meningkat, pentingnya membangun hubungan positif dengan masyarakat menjadi semakin

krusial. Dukungan dan keberpihakan masyarakat terhadap dunia pendidikan berperan vital, membuat peranan humas menjadi sangat penting. Esensi dari public relations adalah bagaimana seorang manajer atau kepala sekolah, dengan kemampuan manajerialnya, dapat berinteraksi dengan masyarakat dan mendapatkan dukungan mereka dalam menjalankan proses pendidikan di institusi tersebut. Namun, fenomena yang sering terjadi adalah banyak lembaga pendidikan berada dalam kondisi tidak stabil, yang sering disebut dengan keadaan "*laa yamuutu wa laa yahya*" atau hidup segan mati tak mau. Kondisi ini umumnya disebabkan banyak lembaga pendidikan yang belum memahami implementasi yang konkret, bahkan banyak pula lembaga yang kurang berinteraksi dengan masyarakat, yang seharusnya menjadi sumber dukungan utama bagi lembaga tersebut. Banyak lembaga pendidikan yang cenderung mengesampingkan kerjasama dengan masyarakat dalam pengembangan dan proses pendidikannya, mengakibatkan munculnya persepsi negatif dari masyarakat yang merasa tidak memiliki

rasa kepemilikan atau minat terhadap sekolah tersebut (Hidayat et al., 2019).

Public relations (PR) berperan sebagai jembatan penting yang menghubungkan dan mengelola aliran informasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat luas (Prastowo, 2020). Humas (hubungan sekolah dengan masyarakat) juga diartikan sebagai keseluruhan proses komunikasi terencana, yang mencakup baik interaksi internal maupun eksternal, antara sebuah organisasi dengan semua audiensnya, dengan tujuan untuk mencapai sasaran-sasaran tertentu yang didasarkan pada pemahaman bersama (Gani et al., 2021; Hakim, 2019).

Hal tersebut menggarisbawahi konsep dasar humas sebagai alat komunikasi strategis yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembinaan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara lembaga dengan berbagai kelompok di masyarakat (Chotimah, 2017). Ini mencakup pemahaman mendalam tentang kebutuhan, harapan, dan persepsi publik, serta penerapan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi sekaligus memenuhi ekspektasi publik.

Hubungan masyarakat (public relations) memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen pendidikan,

meskipun beberapa pihak mungkin belum sepenuhnya mengakui keberadaannya (Winarto et al., 2023). Dengan demikian, ini berpotensi meningkatkan jumlah siswa atau peserta didik yang mendaftar, serta kontribusi finansial dari masyarakat, yang pada gilirannya dapat membantu lembaga pendidikan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Hubungan masyarakat (humas) memegang peranan penting dalam manajemen pendidikan, melayani kepentingan ganda yang meliputi sekolah dan masyarakat. (Luthfia Amanda, 2022). Sebaliknya, masyarakat mendapat manfaat dari inovasi serta kemajuan pengetahuan dan teknologi yang disediakan oleh lembaga pendidikan, memperkuat hubungan simbiosis antara kedua belah pihak. Dalam konteks ini, pengembangan program hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat menjadi esensial, tidak hanya untuk meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga untuk menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan, menjamin bahwa lembaga pendidikan dan masyarakat saling mendukung dalam mencapai tujuan bersama (Hakim, 2016; Matali, 2018).

Sekolah dan masyarakat memiliki kebutuhan timbal balik di mana masyarakat mencari kesempatan

pendidikan sementara sekolah memerlukan partisipasi masyarakat untuk menjalankan program pendidikannya, terutama di tengah perubahan dinamis yang terjadi dalam pendidikan yang berdampak pada perkembangan individu dan sosial. Perubahan ini mendorong sekolah untuk lebih mengintegrasikan diri dengan masyarakat (Sumendap, 2022).

Hubungan masyarakat berperan penting sebagai penghubung yang memfasilitasi komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat, di mana sekolah proaktif menyampaikan informasi terbuka tentang kondisi dan atmosfer pendidikan yang ditawarkannya, sementara masyarakat diharapkan untuk memberikan feedback, kritik, saran, dan ide-ide yang konstruktif untuk mendukung perkembangan lembaga pendidikan (I. N. Harini & Karwanto, 2014). Karena itu, peran hubungan masyarakat menjadi krusial dalam menarik perhatian dan keinginan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Untuk efektivitas dalam berkomunikasi dengan publik, pemimpin di bidang pendidikan perlu menguasai dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen dasar yang merupakan kerangka kerja manajemen yang populer dan banyak diterapkan di berbagai organisasi (Bahri,

2022)(Hakim, 2019). Penguasaan terhadap teori dan fungsi manajemen ini akan memampukan pemimpin untuk mengelola proses komunikasi secara strategis dan efektif, memastikan bahwa tujuan komunikasi tercapai dan hubungan yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat dapat terjalin dengan baik.

Hubungan masyarakat (humas) memiliki peran penting dalam kemajuan MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang, berkat usaha keras para praktisi humas yang efektif dalam menjalin komunikasi dengan berbagai stakeholder. Keberhasilan ini juga didukung oleh tingginya minat siswa yang memilih untuk bergabung dengan kedua madrasah ini, yang menunjukkan preferensi kuat dari siswa dibandingkan dengan SMA. Khususnya, MAN Gondanglegi telah menjadi pilihan utama di komunitas karena keunggulannya dalam berbagai bidang, termasuk menyediakan asrama untuk siswa dari luar kota, menandakan posisinya sebagai MAN percontohan di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Dengan sejarah panjang dalam pendidikan di Malang Raya, madrasah ini telah meraih berbagai prestasi, termasuk dalam Pekan Olimpiade Madrasah (POM) di tingkat regional, provinsi, dan nasional,

menegaskan reputasinya sebagai lembaga pendidikan unggulan di wilayah tersebut.

Kenaikan minat masyarakat yang terus menerus setiap tahun serta pencapaian prestasi oleh dua madrasah tersebut telah menarik perhatian peneliti untuk memilih MAN Gondanglegi dan MA An-Nur Bululawang sebagai tempat studi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap institusi pendidikan berbasis madrasah ini. Dengan harapan, penelitian ini bisa menunjukkan sejauh mana strategi yang dimiliki oleh kedua madrasah tersebut dapat berpengaruh terhadap animo masyarakat lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan jenis data yang diperoleh peneliti, Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sebagai tradisi ilmiah yang mendasarkan pengamatannya pada perilaku manusia dalam konteks aslinya (Moleong, 2018). Pendekatan ini menekankan pada pengumpulan data deskriptif (Wahidmurni, 2017). Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami kualitas atau esensi subjek yang diteliti, berbeda dengan metode kuantitatif yang lebih

fokus pada jumlah dan perhitungan (Rahmadi, 2011).

Jenis penelitian ini adalah studi kasus karena bertujuan untuk memahami strategi manajemen humas dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap institusi pendidikan, khususnya di MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang, Malang. Dalam hal ini, peneliti akan menggali data melalui observasi langsung dan interaksi dengan subjek penelitian di lingkungan alami mereka. Beberapa karakteristik penelitian kualitatif yang relevan dengan studi ini meliputi penggunaan peneliti sebagai instrumen utama, analisis data secara induktif, dan pembentukan teori dari data yang diperoleh (Ghony & Almanshur, 2012).

Penelitian ini dilaksanakan di dua lokasi, yaitu MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang, yang keduanya berada di Kabupaten Malang, Jawa Timur. MAN Gondanglegi dikenal sebagai sekolah percontohan dengan sejarah panjang dalam prestasi pendidikan, sedangkan MA AN-Nur Bululawang terintegrasi dengan pondok pesantren, memudahkan akses pendidikan bagi siswa dari luar kota. Lokasi ini dipilih karena kedua institusi memiliki rekam jejak yang

kuat dalam pendidikan dan manajemen humas.

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder. Sumber data primer melibatkan interaksi langsung dengan kepala sekolah, staf humas, staf kesiswaan, dan masyarakat untuk mendapatkan insight mendalam mengenai strategi manajemen humas. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen terkait yang mendukung pemahaman konsep manajemen humas, implementasi strategi, dan dampaknya terhadap peningkatan animo masyarakat (Arikunto, 2006). Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi untuk memastikan kedalaman analisis dan keakuratan informasi (Sugiyono, 2019).

Analisis data dilakukan melalui pendekatan deskriptif, sebagaimana dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menyederhanakan informasi yang diperoleh, mengatur dan mengategorikannya ke dalam pola yang memudahkan penarikan kesimpulan yang signifikan (Balaka, 2022). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

mengumpulkan dan menyusun data tetapi juga menafsirkan arti di balik data tersebut, memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas strategi manajemen humas dalam meningkatkan ketertarikan terhadap lembaga pendidikan.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Dalam upaya menguraikan hasil penelitian ini, akan dipaparkan temuan-temuan yang telah dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan kerangka penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini mengeksplorasi praktik manajemen humas di MAN Gondanglegi dan dampaknya terhadap peningkatan animo masyarakat terhadap lembaga ini. Temuan penelitian ini terbagi dalam beberapa segmen utama, yaitu konsep manajemen humas, implementasi strategi humas, dan dampaknya terhadap masyarakat serta lembaga pendidikan itu sendiri.

### **Temuan Penelitian Kasus 1 Konsep Manajemen Humas Di Man Gondanglegi**

Di MAN Gondanglegi, pendekatan terstruktur dan metode yang terencana dalam manajemen hubungan masyarakat (humas) mendemonstrasikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya komunikasi efektif dengan komunitas dan pihak internal. Dari awal,

proses ini dimulai dengan evaluasi komprehensif terhadap dinamika sosial dan kebutuhan khusus komunitas serta kebutuhan internal, terutama dari wakil humas. Dalam upaya untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan tim humas, workshop intensif diselenggarakan, menandai langkah penting dalam memperkuat perencanaan strategis dan eksekusi program.

Selanjutnya, eksekusi strategi humas di institusi ini mengambil bentuk serangkaian program yang terorganisir dengan baik, yang mencakup inisiatif mingguan, bulanan, triwulan, semesteran, dan tahunan. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas dan komitmen terhadap adaptasi dan pembaruan terus menerus, memastikan bahwa kegiatan humas selaras dengan kebutuhan dan perkembangan terkini.

Evaluasi merupakan pilar penting dalam siklus manajemen humas di MAN Gondanglegi, dilaksanakan melalui tiga fase kritikal: evaluasi mingguan yang berlangsung setelah pertemuan tim untuk memastikan responsivitas yang cepat terhadap peristiwa atau kebutuhan mendesak; evaluasi bulanan yang diadakan pada akhir setiap bulan, fokus pada peninjauan kembali strategi dan menyesuaikan rencana untuk bulan

berikutnya; dan evaluasi tahunan, sebuah proses menyeluruh yang bertujuan untuk merenungkan keberhasilan dan area yang memerlukan perbaikan, dengan visi untuk merancang program yang lebih efektif untuk tahun berikutnya.

Pendekatan sistematis ini dalam manajemen humas mencerminkan prinsip-prinsip yang dijelaskan oleh (Chotimah, 2017) tentang pentingnya komunikasi dua arah dalam humas, memperkuat literatur terkini yang menekankan pentingnya media digital dalam komunikasi organisasi (Abdullah & Maisyaroh, 2024), serta kebutuhan untuk evaluasi berbasis outcome yang ditekankan oleh (Suhadianto et al., 2012). Melalui penerapan metode ini, MAN Gondanglegi tidak hanya menunjukkan komitmennya terhadap praktik humas yang efektif tetapi juga memposisikan dirinya sebagai institusi yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan komunitas dan lingkungannya.

### **Implementasi Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat Di Man Gondanglegi**

Dalam upaya menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi publik terhadap Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi, tim humas sekolah telah melaksanakan serangkaian strategi komunikasi dan pemasaran yang

komprehensif. Kegiatan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan sekolah dan memperkuat citranya di mata masyarakat, yang didukung oleh literatur terkini mengenai manajemen humas dan strategi pemasaran pendidikan yang menekankan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam pendekatan komunikasi (Rahman et al., 2024).

Strategi yang diterapkan meliputi penyebaran informasi melalui berbagai kanal media, baik elektronik seperti televisi, radio, media sosial, dan situs web sekolah, maupun media cetak termasuk publikasi di surat kabar lokal 'Radar Malang', distribusi brosur, serta pemasangan baliho dan spanduk. Pendekatan multi-kanal ini memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, sejalan dengan penelitian oleh (Ristanti et al., 2023) yang menunjukkan efektivitas integrasi media digital dan tradisional dalam kampanye humas.

Selain itu, MAN Gondanglegi aktif mengembangkan dan menampilkan berbagai program ekstrakurikuler, termasuk seni dan budaya melalui grup GITA MANDAGI, kegiatan pramuka, serta berbagai pencapaian akademis dan non-akademis yang diraih siswanya. Hal ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana

promosi, tetapi juga sebagai bukti komitmen MAN Gondanglegi dalam menyediakan pendidikan holistik yang mengembangkan potensi siswa secara menyeluruh, sebagaimana dianjurkan oleh (Yunansah & Herlambang, 2017) tentang pentingnya pendekatan pendidikan yang berorientasi pada pengembangan karakter dan keterampilan siswa.

Dalam upaya memperkuat jaringan dan meningkatkan dukungan komunitas, MAN Gondanglegi juga membangun kerja sama dengan berbagai lembaga dan institusi lokal, termasuk pondok pesantren, universitas, puskesmas, kepolisian, dan koramil. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat posisi sekolah dalam komunitas lokal tetapi juga memperkaya pengalaman pendidikan siswa dengan menyediakan akses ke sumber daya dan peluang belajar yang lebih luas. Pendekatan ini sesuai dengan temuan penelitian recent oleh (Hakim, 2019), yang menekankan pentingnya kerjasama sekolah dengan pihak eksternal untuk memperluas peluang pembelajaran dan pengembangan siswa.

Keseluruhan strategi ini, yang diimplementasikan secara sinergis oleh tim humas MAN Gondanglegi, telah berhasil menciptakan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan



animo masyarakat terhadap sekolah, menunjukkan keefektifan manajemen humas yang adaptif dan inovatif dalam konteks pendidikan kontemporer.

### **Dampak Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat Di Man Gondanglegi**

Penerapan manajemen humas yang strategis oleh MAN Gondanglegi telah menghasilkan dampak signifikan terhadap peningkatan minat dan partisipasi masyarakat terhadap sekolah tersebut. Hasil ini mencerminkan kesuksesan dalam membangun dan mengkomunikasikan nilai serta pencapaian sekolah ke publik, yang sesuai dengan literatur terbaru mengenai efek strategi komunikasi terpadu dalam pendidikan (Jasinta & Oktavianti, 2019).

Sebagai hasil langsung dari upaya tersebut, terjadi peningkatan jumlah pendaftar baru setiap tahun, yang mengindikasikan pertumbuhan minat belajar di MAN Gondanglegi. Pendaftaran siswa baru meningkat dari target awal 280 siswa menjadi 300 siswa, memungkinkan sekolah untuk menambahkan sembilan kelas baru. Pertumbuhan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam menarik siswa baru tetapi juga memperkuat posisi MAN Gondanglegi sebagai institusi pendidikan yang berkembang dan dinamis.

Dampak tersebut menciptakan efek domino positif lainnya, termasuk penambahan jumlah ruang kelas untuk menampung peningkatan jumlah siswa. Hal ini menggambarkan bagaimana komunikasi efektif dan manajemen hubungan masyarakat dapat memfasilitasi ekspansi infrastruktur pendidikan, yang penting untuk mendukung pengalaman belajar siswa (Chotimah, 2017).

Lebih lanjut, pengakuan masyarakat terhadap kualitas pendidikan dan kegiatan ekstrakurikuler di MAN Gondanglegi telah meningkat. Kepercayaan dan dukungan ini tercermin dari pandangan masyarakat terhadap sekolah, di mana banyak orang tua sekarang memprioritaskan menyekolahkan anak-anak mereka di MAN Gondanglegi. Sekolah ini juga telah menjadi contoh bagi Madrasah Aliyah lainnya, sering kali dijadikan referensi untuk standar pendidikan dan kegiatan sekolah yang berkualitas.

Pengakuan atas keunggulan MAN Gondanglegi juga terlihat dari seringnya sekolah ini dipilih sebagai duta pengibaran bendera merah putih pada upacara kemerdekaan tingkat kecamatan setiap bulan Agustus, menegaskan posisi dan reputasi sekolah di komunitas lokal.

Keseluruhan dampak ini menunjukkan bagaimana manajemen humas yang efektif dapat membawa transformasi positif bagi institusi pendidikan, tidak hanya dalam meningkatkan jumlah siswa tetapi juga dalam memperkuat infrastruktur, reputasi, dan hubungan sekolah dengan masyarakat luas. Temuan ini konsisten dengan studi oleh (H. Harini et al., 2023), yang menekankan manajemen humas sebagai katalis untuk kemajuan dan keberlanjutan dalam sektor pendidikan.

## **Temuan Penelitian Kasus 2**

### **Konsep Manajemen Humas Di Ma An-Nur Bululawang**

Di Madrasah Aliyah AN-Nur Bululawang, prinsip manajemen hubungan masyarakat (humas) diterapkan melalui kerangka kerja yang terdiri dari tiga tahap kunci: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, masing-masing dengan langkah-langkah strategis yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan dan reputasi institusi dalam komunitas.

Dalam tahap perencanaan, fokus utama adalah pada pengembangan strategi yang dianggap sebagai panduan esensial untuk semua aktivitas humas. Langkah awal ini meliputi pembuatan tujuan yang jelas untuk program humas dan pengembangan program kerja yang

terstruktur. Tujuan ini bertindak sebagai landasan bagi semua upaya komunikasi dan hubungan masyarakat, menjamin bahwa setiap kegiatan selaras dengan visi dan misi madrasah.

Pelaksanaan dari strategi humas di MA AN-Nur Bululawang menekankan pada pentingnya mempererat kekompakan di antara semua pihak internal. Langkah ini dianggap vital untuk memastikan pesan yang koheren dan positif tentang madrasah disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, ada komitmen berkelanjutan terhadap pengembangan dan peningkatan, baik dari sisi internal organisasi maupun dalam membangun dan meningkatkan citra madrasah di mata masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa reputasi positif dan pemahaman publik yang kuat merupakan aset berharga yang harus dikembangkan dan dipelihara secara terus menerus.

Akhirnya, evaluasi menjadi tahap penting untuk mengukur efektivitas strategi humas yang telah diterapkan. Proses ini dimulai dengan identifikasi area kekurangan dalam pelaksanaan program, diikuti dengan monitoring dan kontrol yang berkelanjutan untuk memastikan kemajuan yang sesuai dengan tujuan awal. Penyusunan laporan tertulis

pada akhir setiap kegiatan menjadi praktek standar, memungkinkan untuk refleksi dan analisis terhadap hasil yang dicapai serta merencanakan penyesuaian strategi yang diperlukan untuk masa depan.

Keseluruhan konsep ini menunjukkan komitmen MA AN-Nur Bululawang terhadap praktik humas yang efektif, menggabungkan elemen perencanaan yang cermat, pelaksanaan yang berorientasi pada hasil, dan evaluasi yang mendalam. Pendekatan ini selaras dengan literatur terkini dalam manajemen humas yang menekankan pentingnya strategi komunikasi yang terintegrasi dan responsif terhadap feedback (Chotimah, 2017). Melalui penerapan metodologi ini, MA AN-Nur Bululawang berupaya untuk tidak hanya meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat tetapi juga memperkuat hubungan internal dan eksternal yang mendukung pencapaian tujuan institusionalnya.

### **Implementasi Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat di MA An-Nur Bululawang Malang.**

Di MA An-Nur Bululawang Malang, manajemen hubungan masyarakat (humas) diimplementasikan melalui strategi yang terstruktur untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap

madrasah. Dalam hal ini, humas memainkan peranan penting dalam mempromosikan nilai dan keunggulan madrasah kepada masyarakat luas.

Pertama, publikasi menjadi salah satu pilar utama dalam strategi humas. Penggunaan beragam media, baik elektronik seperti televisi, radio, media sosial, dan website, maupun media cetak seperti brosur, baleho, dan spanduk, merupakan upaya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, presentasi di tingkat SLTA juga dilakukan untuk menarik minat calon siswa secara langsung.

Kedua, pembentukan dan pemanfaatan jaringan alumni melalui IKAMANBULA (Ikatan Alumni MA An-Nur Bululawang) berperan dalam memperkuat komunitas dan membantu promosi madrasah melalui word of mouth. Alumni yang sukses dan merasa terhubung dengan madrasah cenderung akan merekomendasikan MA An-Nur kepada keluarga dan teman-temannya.

Ketiga, inisiatif-inisiatif khusus seperti pemisahan kegiatan belajar mengajar (KBM) antara laki-laki dan perempuan, serta pengajian rutin seperti Jum'at Kliwon dan Ahad pagi, menunjukkan komitmen madrasah terhadap nilai-nilai agama dan budaya

yang dijunjung tinggi. Selain itu, pasar waqi'ah yang diadakan sebulan sekali juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan lingkungan madrasah.

Keempat, strategi kolaborasi antara AN-Nur 1, 2, dan 3 menciptakan sinergi dalam penyelenggaraan program dan kegiatan yang dapat meningkatkan reputasi serta menarik minat masyarakat lebih luas lagi.

Kelima, kebijakan yang memastikan semua tenaga pendidik adalah laki-laki tidak hanya menjadi karakteristik unik dari madrasah, tetapi juga menegaskan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip pendidikan yang mereka anut.

Implementasi strategi humas di MA An-Nur Bululawang ini mencerminkan pemahaman bahwa untuk meningkatkan animo masyarakat, diperlukan pendekatan yang komprehensif dan beragam. Dengan menggabungkan promosi melalui berbagai media, memanfaatkan jaringan alumni, mempertahankan nilai-nilai tradisional, serta menerapkan kebijakan pendidikan yang khas, MA An-Nur Bululawang berhasil menarik minat masyarakat dan memperkuat posisinya

sebagai institusi pendidikan yang dihormati di Malang.

### **Dampak Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat Di MA An-Nur Bululawang Malang.**

Untuk memperkuat strategi manajemen humas di MA An-Nur Bululawang Malang, lembaga ini menerapkan serangkaian taktik komunikasi yang inovatif dan menyeluruh, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan preferensi masyarakat terhadap madrasah. Berdasarkan temuan, langkah-langkah ini mencakup pemanfaatan media elektronik seperti televisi, radio, dan platform digital-media sosial dan situs web-sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Pendekatan ini diperkuat dengan penggunaan media cetak, termasuk brosur, baliho, dan spanduk, serta presentasi langsung ke sekolah-sekolah menengah atas (SLTA) untuk menjangkau calon siswa secara langsung.

Selain itu, madrasah memperkuat hubungan dengan alumni melalui IKAMANBULA (Ikatan Alumni MA An-Nur Bululawang), mengorganisir kegiatan yang memisahkan siswa laki-laki dan perempuan untuk menciptakan lingkungan belajar yang nyaman, dan memastikan seluruh tenaga pendidik

adalah laki-laki. Kerjasama antar cabang MA An-Nur (1, 2, dan 3) juga membantu dalam berbagi sumber daya dan pengalaman. Kegiatan spiritual seperti pengajian Jumat Kliwon, Pasar Waqi'ah bulanan, dan pengajian Ahad pagi, menambah dimensi keagamaan yang kaya dalam program madrasah.

Dampak dari penerapan strategi manajemen humas yang komprehensif ini signifikan. Terdapat peningkatan antusiasme dari para ulama dan masyarakat umum terhadap MA An-Nur Bululawang, yang tercermin dari peningkatan jumlah siswa baru setiap tahun. Masyarakat lokal menunjukkan kepuasan dan kebanggaan terhadap keberadaan dan kontribusi madrasah, dan semakin banyak orang tua yang memilih untuk menyekolahkan anak-anak mereka di MA An-Nur Bululawang. Ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan manajemen humas yang efektif, lembaga pendidikan dapat membangun reputasi positif dan menarik minat masyarakat.

#### **Analisis Lintas Kasus:**

#### **Penerapan dan Dampak Strategi Manajemen Humas pada MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang**

Dalam era yang ditandai dengan globalisasi dan persaingan edukasi yang intens, institusi pendidikan menghadapi

tantangan untuk tidak hanya menjaga kualitas pendidikan yang disediakan tetapi juga untuk meningkatkan reputasi dan visibilitas mereka di masyarakat. MAN Gondanglegi dan MA AN-Nur Bululawang, sebagai bagian dari jaringan pendidikan di Malang, Indonesia, telah menerapkan berbagai strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) yang inovatif dan dinamis dengan tujuan utama meningkatkan animo dan partisipasi masyarakat. Artikel ini mengusulkan untuk melakukan analisis komprehensif tentang bagaimana strategi manajemen humas di kedua institusi ini diterapkan dan dampak yang dihasilkan dari penerapan tersebut, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam dan perspektif lintas kasus tentang praktek terbaik dalam manajemen humas di lingkungan pendidikan Islam.

#### **Konsep dan Penerapan Strategi Manajemen Humas**

MAN Gondanglegi telah mengimplementasikan kerangka kerja manajemen humas yang komprehensif dan terstruktur, yang dimulai dengan analisis menyeluruh tentang kebutuhan dan ekspektasi masyarakat serta stakeholder internal. Institusi ini mengadopsi pendekatan kolaboratif melalui workshop yang melibatkan semua

pihak terkait, dan pengembangan jadwal program yang detail. Fokus strategi humasnya meliputi publikasi melalui berbagai media, pengembangan berbagai kegiatan ekstrakurikuler, dan pembinaan prestasi akademik dan non-akademik siswa.

Di sisi lain, MA AN-Nur Bululawang mengambil pendekatan yang sedikit berbeda dalam manajemen humasnya dengan menekankan pada pembentukan tujuan program humas yang jelas, pembangunan kerja sama internal yang solid, dan peningkatan visibilitas madrasah di masyarakat. Strategi humas di MA AN-Nur Bululawang juga mencakup publikasi yang intensif, pengembangan jaringan alumni yang kuat, dan penerapan kegiatan keagamaan yang konsisten sebagai sarana untuk menarik perhatian dan partisipasi masyarakat.

### **Dampak Strategi Manajemen Humas**

Kedua madrasah melaporkan hasil positif dari implementasi strategi manajemen humas mereka. MAN Gondanglegi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pendaftar baru, ekspansi fasilitas, dan peningkatan keterlibatan masyarakat dengan institusi. Sebaliknya, MA AN-Nur Bululawang mencatat peningkatan antusiasme dari kalangan ulama dan masyarakat, kenaikan

jumlah siswa, serta meningkatnya preferensi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di madrasah tersebut sebagai bukti keberhasilan strategi humas mereka.

Berikut adalah perbedaan dan persamaan dari hasil kedua kajian penelitian:

PERBEDAAN			
NO	MAN Gondang Legi	MA An-Nur Bululawang	MA AN-Nur Bululawang
1	MAN Gondanglegi menangani hubungan masyarakat (humas) dengan pendekatan terstruktur dan metode yang terencana. Ini dimulai dengan menilai dinamika sosial dan kebutuhan unik komunitas serta kebutuhan internal.	MA AN-Nur Bululawang menerapkan prinsip manajemen humas melalui kerangka kerja yang terdiri dari tiga tahap utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Fokusnya adalah pengembangan strategi, kekompakan internal, dan evaluasi yang mendalam.	
2	Mengembangkan program ekstrakurikuler, bekerja sama dengan lembaga dan institusi lokal, dan menyebarkan informasi melalui berbagai media adalah beberapa strategi	MA AN-Nur Bululawang menggunakan strategi terstruktur untuk meningkatkan minat masyarakat, seperti publikasi di berbagai media,	

---

komunikasi dan pemasaran MAN Gondanglegi. membangun jaringan alumni, berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan bekerja sama dengan cabang madrasah lainnya.

---

- 3 Kedua madrasah tersebut memiliki upaya dalam peningkatan minat dan partisipasi masyarakat terhadap sekolah, seperti peningkatan jumlah pendaftar baru, peningkatan reputasi sekolah, dan peningkatan keinginan orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka di sana.
- 

#### PERSAMAAN

---

- 1 Kedua menggunakan pendekatan manajemen humas yang terencana dan menyeluruh, dengan penekanan pada pembuatan strategi, pelaksanaan program, dan evaluasi hasil.
- 
- 2 Kedua menegaskan bahwa kekompakan di antara pihak internal sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang positif dan koheren tentang institusi disampaikan kepada masyarakat.
- 
- 3 Kedua menggunakan berbagai jenis media, baik cetak maupun elektronik, untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan akses sekolah ke masyarakat luas.
- 
- 4 Kedua mengandalkan pembentukan jaringan alumni untuk memperkuat komunitas dan membantu dalam promosi madrasah melalui word of mouth.
- 
- 5 Untuk menarik perhatian dan partisipasi masyarakat, keduanya menyelenggarakan kegiatan keagamaan.
- 

Oleh karena itu, kedua penelitian menunjukkan bahwa mereka memiliki pendekatan yang sama untuk manajemen humas. Namun, mereka juga menunjukkan bahwa mereka berbeda dalam strategi implementasi yang mereka gunakan, tergantung pada situasi dan karakteristik institusi pendidikan masing-masing.

#### **PENUTUP**

Analisis lintas kasus ini menyoroti pentingnya manajemen humas yang efektif dalam meningkatkan animo dan partisipasi masyarakat terhadap institusi pendidikan. Baik MAN Gondanglegi maupun MA AN-Nur Bululawang telah menunjukkan bagaimana pendekatan yang terstruktur dan adaptif dalam manajemen humas dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan. Dari analisis ini, dapat disarankan bahwa institusi pendidikan lain dapat mengambil inspirasi dari strategi yang diterapkan oleh kedua madrasah ini, dengan menyesuaikan pendekatan sesuai dengan konteks dan kebutuhan masyarakat mereka sendiri.

Selanjutnya, penelitian di masa mendatang bisa lebih mengeksplorasi tentang pengaruh faktor eksternal seperti perkembangan teknologi informasi dan

perubahan sosial terhadap strategi manajemen humas, serta memperluas studi lintas kasus ke institusi pendidikan lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang praktik manajemen humas di sektor pendidikan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A., & Maisyaroh, J. (2024). Strategi Komunikasi Digital dalam Membentuk Opini Publik untuk Mendukung Brand Image Madrasah Aliyah Nurul Jadid. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1571–1578.  
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i2.3925>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10, 59–72.
- Bahri, S. (2022). Meningkatkan Kualitas Manajemen Lembaga Pendidikan Islam Melalui Sumber Daya Manusia di Era Pandemi. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 43–56.  
<https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i1.158>
- Balaka, M. Y. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif* (Juli, 2022). Widina Bhakti Persada.
- Chotimah, C. (2017). *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat* (Cetakan Pe). IAIN Tulungagung Press.
- Fitria, R. N., Alwasih, & Hakim, M. N. (2022). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Prestasi Akademik Siswa. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 10(2), 11–19.  
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i2.1114>
- Gani, N. A., Utama, R. E., Jaharuddin, & Andry, P. (2021). *Perilaku Organisasi Pdf* (Issue May).  
<https://www.researchgate.net/publication/351880570>
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar Ruzz Media.
- Hakim, M. N. (2016). Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Mewujudkan Sekolah Islam Unggulan. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 104–114.  
<https://doi.org/10.31538/NDH.V1I2.7>
- Hakim, M. N. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 121–139.  
<https://doi.org/10.31538/ndh.v4i1.245>
- Hakim, M. N., & Cahyaningtiyas, N. A. (2023). Manajemen Strategis Dalam Mengelola Program Unggulan Di Mts The Noor Pacet Mojokerto. *Eureka (Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Pendidikan Islam)*, 1(2), 103–132.
- Harini, H., Pranansa, A. G., Terminanto, A. A., Herlina, & Sulistianingsih. (2023). Inovasi Teknologi dalam



- Meningkatkan Efisiensi Manajemen Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat di Era Digital. *Community Development Journal*, 4(6), 12891–12897.
- Harini, I. N., & Karwanto. (2014). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(4), 8–20. <https://doi.org/10.1007/BF01912914>
- Hidayat, R., Dyah M, V., & Ulya, H. (2019). Kompetensi Kepala Sekolah Abad 21: Sebuah Tinjauan Teoretis. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, 4(1), 61–68. <https://doi.org/10.34125/kp.v4i1.394>
- Iskandar, A., Rusydi, I., Amin, H., Nur Hakim, M., & Amirul Haqq, H. (2022). Strategic Management in Improving the Quality of Education in Boarding School. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(4), 7229–7238. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i4.2075>
- Jasinta, F. A., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Pengambilan Keputusan Konsumen di Bidang Jasa Pendidikan. *Prologia*, 3(2), 423. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6381>
- Luthfia Amanda. (2022). Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 1–5. <https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.27048>
- Matali, M. (2018). Saling Dukung: Kemitraan Keluarga Dan Masyarakat Dengan Madrasah. *Ar-Risalah2*, 16(1), 63–86.
- Moleong, lexy J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, F. A. A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23721>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Rahman, W., Herdiyanti, H., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Eksplorasi Strategi Pemasaran Media Sosial yang Sukses dalam Meningkatkan Interaksi Merek dengan Konsumen di Era Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 355–363.
- Ristanti, I., Subhan, K. F., Nissa, K., & Eviana, N. (2023). Digitalisasi Perencanaan Pendidikan Islam Di Madrasah. *Mapendis: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 57–107. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhadianto, S., Domino, P., & Eva, N. (2012). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL Prosiding Seminar Nasional*. 2(January), 978–979.
- Sumendap, R. (2022). Peran Public Relations Antara Sekolah Dan Masyarakat Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar (Studi Kasus Di Sekolah Dasar Kecamatan Tondano Selatan Kabupaten Minahasa). *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 655. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.655-662.2022>
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode*

*Penelitian Kualitatif.*

- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga: Studi Multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 159–169. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i1.3355>
- Yunansah, H., & Herlambang, Y. T. (2017). Pendidikan Berbasis Ekopedagogik Dalam Menumbuhkan Kesadaran Ekologis Dan Mengembangkan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *EduHumaniora / Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru*, 9(1), 27. <https://doi.org/10.17509/eh.v9i1.6153>