

MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA (STUDI KASUS DI MADRASAH TSANAWIYAH AL AMIRIYAH BLOKAGUNG)

Ahmad Fauzan, Mirhabun Nadir ,M. Bisri Ikhwan
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi, Indonesia

Corresponding author: fauzanih@gmail.com

Submission Track:

Submission : 30-05-2024

Accept Submission : 17-09-2024

Available Online : 19-09-2024

Copyright @ 2024 Author



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

Abstract.

Public relations management is integral to the success of an institution in building and maintaining its public image. Especially in the context of education, public relations management plays an important role in attracting public interest, building trust, and managing positive perceptions of institutions. This study aims to analyze the public relations management practices carried out by Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung and its impact on the image of the institution. This study used a qualitative approach with interview and observation data collection methods as well as documentation. The result of this study is that effective public relations management in Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung has helped improve the image of the institution. Through active communication, transparency, and the use of social media, this institution is able to build good relationships with its stakeholders and strengthen its position in the eyes of the public. This research provides insight into the importance of public relations management in the educational context and can be a reference for other educational institutions in improving their image through effective practices in public relations management.

Keywords: Public Relations Management, Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah

Abstrak.

Manajemen humas merupakan bagian integral dari keberhasilan sebuah lembaga dalam membangun dan memelihara citra publiknya. Khususnya dalam konteks pendidikan, manajemen humas memainkan peran penting dalam menarik minat masyarakat, membangun kepercayaan, serta mengelola persepsi positif terhadap lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik manajemen humas yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung dan dampaknya terhadap citra lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara dan observasi serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa manajemen humas yang efektif di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung telah membantu meningkatkan citra lembaga. Melalui komunikasi aktif, transparansi, dan pemanfaatan media sosial, lembaga ini mampu membangun hubungan yang baik dengan stakeholders-nya dan memperkuat posisinya di mata masyarakat. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya manajemen humas dalam konteks pendidikan dan dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan lainnya dalam meningkatkan citra mereka melalui praktik-praktik yang efektif dalam manajemen humas.

Kata kunci. Manajemen Humas, Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah

A. PENDAHULUAN.

Manajemen humas atau public relations (PR) telah menjadi salah satu elemen yang tidak terpisahkan dalam strategi pengelolaan sebuah lembaga. Khususnya dalam dunia pendidikan, di mana lembaga pendidikan memegang peran penting dalam membentuk karakter dan masa depan generasi muda, manajemen humas menjadi kunci untuk memperkuat citra lembaga tersebut di mata masyarakat. Manajemen humas atau public relations (PR) memainkan peran krusial dalam memperkuat citra pesantren di mata masyarakat (Rachman, A: 2020). Pesantren, sebagai pusat pendidikan Islam yang memiliki peran strategis dalam membentuk karakter dan spiritualitas individu, memerlukan upaya yang terarah dalam mengelola komunikasi dan hubungan dengan berbagai stakeholder. Melalui manajemen humas yang efektif, pesantren dapat membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal, orang tua siswa, alumni, serta masyarakat umum, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada persepsi dan reputasi pesantren sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan berintegritas (Haryanto, R: 2019).

Salah satu aspek penting dalam manajemen humas pesantren adalah memastikan transparansi dalam komunikasi serta memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang kegiatan, program, dan prestasi yang telah dicapai. Dengan memberikan

akses yang mudah terhadap informasi tentang pesantren, baik melalui media sosial, situs web resmi, atau kegiatan komunikasi langsung, pesantren dapat membangun kepercayaan dan keterlibatan yang kuat dari stakeholders-nya. Selain itu, melalui kegiatan promosi yang kreatif dan strategis, seperti seminar pendidikan, pelatihan keagamaan, dan kegiatan sosial, pesantren dapat meningkatkan visibilitasnya di masyarakat dan menarik minat calon siswa serta dukungan dari berbagai pihak.

Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, sebagai salah satu lembaga pendidikan menengah di wilayahnya, memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga dan meningkatkan citra lembaganya. Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam dunia pendidikan, citra yang baik menjadi modal utama dalam menarik minat calon siswa, mendapatkan dukungan dari stakeholders, serta membangun kepercayaan dari masyarakat. Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, sebagai lembaga pendidikan di tingkat menengah, memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga citra positifnya di mata masyarakat. Dalam era informasi digital yang terkoneksi, manajemen humas menjadi semakin penting untuk mengelola berbagai macam saluran komunikasi dan informasi yang dapat memengaruhi citra lembaga.

Pada era digital yang serba terkoneksi seperti saat ini, tantangan dalam mengelola citra lembaga semakin kompleks. Informasi dapat dengan cepat disebarkan melalui berbagai platform media sosial dan internet, yang membuat lembaga pendidikan harus lebih proaktif dalam merespons dan mengelola persepsi publik terhadapnya.

Dalam konteks Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, tantangan utama dalam manajemen humas untuk meningkatkan citra pesantren adalah meningkatkan visibilitas dan pemahaman masyarakat terhadap identitas, nilai, dan prestasi lembaga. Meskipun pesantren telah aktif dalam menjalankan kegiatan pendidikan dan keagamaan, namun pemahaman masyarakat tentang kontribusi dan potensi pesantren mungkin masih terbatas. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam menarik minat calon siswa, mendapatkan dukungan dari orang tua siswa, dan membangun kemitraan dengan komunitas lokal.

Selain itu, pesantren juga dihadapkan pada tantangan dalam mengelola reputasi dan citra lembaga di era digital yang serba terkoneksi. Dengan adanya media sosial dan platform daring, informasi dapat dengan cepat disebarkan dan tersebar luas, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, pesantren perlu memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, dan kegiatan publik, sesuai dengan identitas dan nilai-nilai pesantren, serta mampu merespons dengan cepat terhadap isu-isu atau kontroversi yang mungkin muncul untuk meminimalkan dampak negatifnya terhadap citra lembaga.

Oleh karena itu, penelitian tentang manajemen humas dalam konteks pendidikan, khususnya melalui studi kasus di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, menjadi penting untuk dilakukan. Melalui pemahaman yang lebih dalam

tentang praktik-praktik manajemen humas yang efektif, diharapkan dapat ditemukan strategi-strategi yang dapat membantu lembaga pendidikan lainnya dalam memperkuat citra mereka dan mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan, serta memberikan wawasan praktis melalui studi kasus yang konkret di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pihak terkait di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait manajemen humas (Sugiono, 2016).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Manajemen Lembaga Pendidikan

Manajemen lembaga merupakan disiplin yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya serta aktivitas dalam suatu lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (.Soeharto, D: 2018). Dalam konteks lembaga pendidikan seperti Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, manajemen lembaga memegang peranan penting dalam mengatur dan mengelola berbagai aspek operasionalnya. Hal ini meliputi administrasi sekolah, pengelolaan sumber daya manusia, pengembangan kurikulum, pemantauan dan evaluasi proses pembelajaran, serta pembinaan hubungan dengan berbagai pihak terkait seperti siswa, orang tua, guru, staf, dan masyarakat sekitar (Marta, M: 2019).

Manajemen lembaga juga mencakup aspek strategis dalam merumuskan visi, misi, dan tujuan lembaga serta merencanakan langkah-langkah untuk mencapainya. Selain itu, manajemen lembaga juga berkaitan dengan pengambilan keputusan yang tepat dalam menghadapi tantangan dan peluang yang muncul, baik dari dalam maupun luar Lembaga (Hermawan, A: 2020). Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang efektif dan efisien, lembaga pendidikan dapat mengoptimalkan kinerja dan prestasinya, serta membangun citra yang kuat dan positif di mata pemangku kepentingan (Rahardi, K: 2020).

Strategi manajemen lembaga pendidikan dalam meningkatkan citra lembaganya melibatkan pendekatan komprehensif yang mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi aktif dengan pemangku kepentingan hingga penerapan praktik-praktik terbaik dalam operasional sehari-hari. Salah satu strategi kunci adalah membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan semua pemangku kepentingan, termasuk siswa, orang tua, guru, staf, dan masyarakat sekitar (Pratama, B: 2020). Dengan mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai-nilai lembaga secara jelas dan

konsisten, serta mendengarkan dengan seksama umpan balik dari semua pihak terkait, lembaga pendidikan dapat memperkuat citranya sebagai lembaga yang peduli, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan siswa dan komunitas.

Selain itu, strategi lainnya adalah mempromosikan keunggulan lembaga pendidikan melalui berbagai saluran komunikasi dan platform pemasaran yang efektif. Ini termasuk memanfaatkan media sosial, situs web, acara sekolah, serta kerjasama dengan media lokal dan komunitas pendidikan. Dengan memperkenalkan prestasi akademik, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler yang menarik, dan kontribusi positif lembaga terhadap masyarakat, lembaga pendidikan dapat membangun citra yang kuat sebagai lembaga yang berkualitas, dinamis, dan berorientasi pada kemajuan siswa serta masyarakat (Hidayatullah, A: 2020). Dengan demikian, strategi-strategi ini secara keseluruhan membantu lembaga pendidikan untuk meningkatkan citra mereka di mata publik dan memperkuat posisi mereka sebagai penyedia pendidikan yang terpercaya dan dihormati.

2. Manajemen Humas Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung dalam Meningkatkan Citra Lembaga

Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung telah mengimplementasikan beberapa strategi dalam manajemen humas untuk meningkatkan citra lembaga. Salah satunya adalah melalui penerapan komunikasi dua arah yang aktif antara lembaga dan stakeholders-nya, seperti siswa, orang tua, guru, dan masyarakat sekitar. Program-program komunikasi seperti kegiatan sosial, seminar pendidikan, dan pameran hasil karya siswa menjadi sarana efektif untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat. Selain itu, madrasah ini juga memanfaatkan media sosial dan website resmi sebagai platform untuk berbagi informasi terkini tentang kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan berbagai kegiatan lainnya. Dengan demikian, Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung mampu menjaga transparansi dan membangun kepercayaan dengan menyediakan akses yang mudah bagi masyarakat untuk mengakses informasi tentang lembaga.

Strategi "*komunikasi aktif*" dalam manajemen humas adalah pendekatan proaktif di mana lembaga secara terus-menerus berkomunikasi dengan pemangku kepentingan (stakeholders) untuk membangun dan memelihara citra yang positif. Dalam konteks Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung, strategi ini dapat diterapkan dengan beberapa langkah:

a. Pemahaman Pemangku Kepentingan

Identifikasi dan pahami siapa saja pemangku kepentingan yang relevan dengan madrasah, seperti siswa, orang tua, guru, staf, masyarakat sekitar, dan pihak berwenang setempat. Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung melakukan komunikasi dengan seluruh pihak madrasah, wali santri serta masyarakat sekitar. Komunikasi dilakukan dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat ataupun undangan-undangan acara-acara madrasah yang melibatkan baik wali santri maupun masyarakat.

b. Pengembangan Pesan Utama

Pesan-pesan utama yang ingin disampaikan tentang madrasah, misalnya prestasi akademik, program ekstrakurikuler, budaya sekolah, atau kontribusi kepada masyarakat. Madrasah memberikan pesan informasi terkait dengan prestasi madrasah baik dalam bidang akademik, keagamaan maupun ekstrakurikuler. Disamping itu juga memberikan informasi terkait budaya sekolah yang berupa kebiasaan-kebiasaan dalam kegiatan yang dilakukan sekolah secara turun menurun. Selain itu juga terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk pemberdayaan dan kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat.

c. Kanal Komunikasi

Saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut kepada pemangku kepentingan. Ini bisa meliputi media sosial, situs web, surat kabar lokal, brosur, acara-acara komunitas, dan pertemuan orang tua murid. Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung melakukan komunikasi media dengan menggunakan media sosial madrasah secara khusus, berbantu media sosial guru dan wali santri secara umum, serta website madrasah. Disamping itu juga media cetak seperti koran dan brosur yang biasanya berisi tentang penerimaan siswa baru.

d. Keterlibatan Aktif

Aktiflah terlibat dalam berbagai kegiatan dan acara di komunitas lokal, baik yang terkait langsung dengan pendidikan maupun kegiatan sosial lainnya. Ini membantu memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar dan meningkatkan kesadaran akan kontribusi positif madrasah. Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung melakukan banyak kegiatan kemasyarakatan seperti pesantren kilat, kegiatan bakti sosial-keagamaan, pemberdayaan masyarakat dalam program pelatihan keagamaan.

e. Responsif terhadap Masukan

Terbuka terhadap masukan dan umpan balik dari pemangku kepentingan. Tanggapi dengan cepat dan tepat terhadap pertanyaan, kekhawatiran, atau kritik yang mungkin muncul. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung memberikan kolom komentar masyarakat terkait sekolah melalui website, melalui bagian administrasi dan tamu, juga menerima laporan masyarakat terkait siswa-siswa yang melakukan kegiatan atau tingkah laku yang tidak berkenan dan tidak layak sebagai seorang siswa diluar sekolah.

f. Penyebaran Informasi yang Akurat dan Transparan

Semua informasi yang disampaikan kepada pemangku kepentingan akurat, jelas, dan transparan. Ini membangun kepercayaan dan keandalan dalam komunikasi. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung memberikan informasi sekolah terhadap wali siswa dan masyarakat dengan akurat dan transparan. Misalnya terkait dengan catatan sikap siswa, penilaian raport dan sebagainya terkait administrasi sekolah, termasuk juga tentang pembiayaan, penerimaan siswa baik tatacaranya maupun langkah-langkahnya.

g. Evaluasi dan Penyesuaian

Evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan secara teratur. Identifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan sesuaikan strategi sesuai kebutuhan dan

perubahan dalam lingkungan madrasah. Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung melakukan evaluasi secara menyeluruh dan berkesinambungan untuk keberlangsungan program ataupun kegiatan, evaluasi dilakukan secara jelas, detail, dan berkala untuk kemajuan sekolah.

Dengan menerapkan strategi komunikasi aktif ini, Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung dapat memperkuat citra positifnya di mata pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

D. KESIMPULAN

Manajemen humas yang efektif di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung telah membantu meningkatkan citra lembaga. Melalui komunikasi aktif, transparansi, dan pemanfaatan media sosial, lembaga ini mampu membangun hubungan yang baik dengan stakeholders-nya dan memperkuat posisinya di mata masyarakat. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya manajemen humas dalam konteks pendidikan dan dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan lainnya dalam meningkatkan citra mereka melalui praktik-praktik yang efektif dalam manajemen humas.

REFERENSI

Agus, S. (2017). *Manajemen Komunikasi: Teori, Praktik, dan Kasus*. Penerbit Rajagrafindo Persada.

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.

Handayani, S. (2018). *Komunikasi Organisasi: Membangun Citra Positif Melalui Humas*. Pustaka Pelajar.

Hidayatullah, A., & Maulana, R. (2020). Strategi Komunikasi Humas dalam Membangun Citra Positif Madrasah: Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1)

Haryanto, R. (2019). *Komunikasi Organisasi: Peningkatan Kualitas Humas*. Penerbit Mitra Wacana Media.

Hermawan, A. (2020). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Organisasi*. Penerbit Prenadamedia Group.

Mulyana, D. (2019). *Manajemen Komunikasi: Strategi Humas dalam Organisasi*. Remaja Rosdakarya.

Marta, M. (2019). *Humas dan Public Relations: Membangun Citra dan Reputasi Positif*. Penerbit CV Pustaka Pelajar.

Putra, E. P. (2017). *Komunikasi Organisasi: Konsep Dasar, Teori, dan Strategi*. Penerbit Kencana.

Pratama, B., & Fitriani, S. (2020). Implementasi Program Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 123-136.

Rahardi, K. (2020). *Public Relations: Manajemen Hubungan yang Efektif*. Penerbit Salemba Empat.

Rachman, A. (2020). *Public Relations dan Manajemen Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Riyadi, I. (2018). *Komunikasi Bisnis dan Humas: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Penerbit Salemba Empat.

Sudiby, B. (2019). *Manajemen Humas: Strategi Peningkatan Citra dan Reputasi Perusahaan*. Penerbit Andi.

Suyanto, B. (2018). *Public Relations: Pemahaman dan Aplikasi*. Penerbit Gava Media.

Soeharto, D. (2018). *Manajemen Humas dalam Bisnis*. Penerbit Kencana.

Sari, V. (2017). *Komunikasi Organisasi: Pemahaman, Teori, dan Praktik*. Penerbit Rajawali Pers.

Safitri, R., & Utami, D. (2019). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyah Blokagung. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 14(1)