



## Pengelolaan Digital Public Relation dalam Membangun Citra Positif Madrasah

Eka Diana<sup>1</sup>, Siti Ratnatus Solehah<sup>2</sup>, Siti Nadifah<sup>3</sup>, Nazilatur Rohmah<sup>4</sup>

Universitas Nurul Jadid<sup>1234</sup>

[ekadianaalwi8@unuja.ac.id](mailto:ekadianaalwi8@unuja.ac.id)<sup>1</sup>, [ratnasholeha614@gmail.com](mailto:ratnasholeha614@gmail.com)<sup>2</sup>, [nadnadifah9@gmail.com](mailto:nadnadifah9@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[zililanazila@gmail.com](mailto:zililanazila@gmail.com)<sup>4</sup>

Alamat: Jl. PP Nurul Jadid, Dusun Tj. Lor, Karanganyar, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291

Korespondensi penulis: [ekadianaalwi8@unuja.ac.id](mailto:ekadianaalwi8@unuja.ac.id)

**Abstract.** Educational institutions must be able to analyze the needs of the community. This study analyzes the management of digital public relations in building a positive image of madrasahs implemented at MTs Az-Zainiyah I Randumerak. A qualitative approach and type of case study research used in this study. In collecting research data using several techniques, namely participant observation, in-depth interviews, and documentation studies. The research data consists of primary and secondary data, where primary data is obtained from research informants consisting of the head of the madrasah, the head of public relations, the head of administration, teachers. Meanwhile, primary data consists of national and international journals. The data analysis used consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. The management of digital public relations in building a positive image of madrasah is carried out by involving public relations management functions consisting of planning, implementation, and control. The implementation of digital public relations only uses the Facebook platform in communicating with the community. The madrasah strategy in building a positive image is carried out starting with building opinions to marketing education.

**Keywords:** digital public relations, positive image, public relations management

**Abstrak.** Lembaga pendidikan perlu memiliki kemampuan untuk mengevaluasi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana digital public relation dikelola untuk membangun citra positif MTs Az-Zainiyah I Randumerak. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik seperti observasi partisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari informan penelitian yang terdiri dari kepala madrasah, waka humas, kepala tata usaha, dan guru. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal nasional dan internasional. Analisis data yang digunakan terdiri dari reduksi data, display data, serta penarikan kesimpulan. Pengelolaan digital publik relation dalam membangun citra positif madrasah dilakukan dengan melibatkan fungsi manajemen humas yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Pelaksanaan digital public relation hanya menggunakan platform facebook dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Strategi madrasah dalam membangun citra positif dilakukan mulai dengan membangun opini sampai melakukan pemasaran pendidikan.

**Kata kunci:** citra positif, digital public relation, manajemen humas

### LATAR BELAKANG

Era disrupsi saat ini, lembaga pendidikan diharapkan dapat menyajikan layanan berkualitas kepada masyarakat seiring dengan pertumbuhan kebutuhan masyarakat akan layanan pendidikan yang unggul dan berkualitas (Achmad Pradana et al., 2023; Fathurrochman et al., 2019; Supriani, 2022). Mensosialisasikan kesadaran tentang pendidikan kepada masyarakat adalah prioritas utama bagi lembaga pendidikan. Oleh karena itu,

membangun hubungan dengan masyarakat melalui *public relation* menjadi sangat penting agar masyarakat memahami betapa pentingnya pendidikan (Lombu & Samsi Haryanto, 2022; Ningsih et al., 2022). Sebagai pengguna pendidikan, masyarakat tentunya akan lebih bijaksana dan pintar dalam memilih lembaga pendidikan sebagai tempat untuk penyelenggaraan pendidikan yang dilakukan melalui proses pembelajaran di kelas. Salah satu indikator keberhasilan dalam mengelola lembaga pendidikan adalah seberapa banyaknya keterlibatan masyarakat dalam pertumbuhan lembaga pendidikan tersebut (Lombu & Samsi Haryanto, 2022; Rofiki, 2019).

Permasalahan yang terjadi dilapangan berdasarkan observasi awal dilakukan terhadap objek penelitian adalah bahwasanya humas MTs Az-Zainiyah I Randumerak telah menggunakan media digital sebagai sebagai penyambung antara lembaga pendidikan dengan masyarakat (wali murid), akan tetapi dalam pelaksanaannya kurang optimal. Hal ini dikarenakan dalam pelaksanaan tersebut masih menggunakan media yang dirasa kurang cocok untuk menjangkau sasaran sesuai dengan target lembaga pendidikan. Sehingga hal ini, kurang memberikan dampak bagi lembaga pendidikan yaitu MTs Az-Zainiyah I Randumerak dalam menjalin hubungan yang serasi antara madrasah dengan masyarakat sebagai konsumen layanan pendidikan merupakan hal penting. Lembaga pendidikan harus memiliki kemampuan untuk mengevaluasi beragam kebutuhan masyarakat sebagai konsumen atau penerima layanan pendidikan (Agustini, 2022; Miasari et al., 2022). Selain itu pelibatan masyarakat dalam pengelolaan pendidikan harus dilakukan oleh lembaga pendidikan agar senantiasa eksis dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan langkah nyata dari madrasah untuk membangun komunikasi yang efisien dengan masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga pendidikan. Keterkaitan yang baik dengan masyarakat akan menjadi pendukung dalam kesuksesan program-program pendidikan lembaga tersebut (Dhuhani, 2017; Rusyanti & Arafat, 2021).

Penelitian yang berhubungan dengan humas sudah banyak dilakukan, seperti penelitiannya Al Givari dimana strategi yang dilakukan humas dalam membangun madrasah dilakukan dengan tiga strategi yaitu mempublikasikan kegiatan dan prestasi yang diraih, melakukan kerjasama baik lembaga pemerintah atau non pemerintah, serta menyiapkan menyiapkan lulusan yang berkualitas tinggi (Al Givari, 2020). Selain itu, penelitian Indriani kaitannya dengan manajemen humas dan strategi yang dilakukan sekolah dalam membangun citra sekolah yaitu salah satunya dengan kegiatan yang dapat membentuk opini, publikasi madrasah serta pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh sekolah tersebut (Indriani & Syamsudin, 2023). Selanjutnya, penelitian tentang inovasi dalam pengelolaan humas yang

dilakukan oleh Oktaria, dimana dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dalam inovasi yang dilakukan humas saat ini adalah dengan memanfaatkan sarana teknologi informatika (Oktaria & Abduh, 2023). Selaras dengan itu, Helandra mengungkapkan bahwa strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pondok pesantren Darul Azhar yaitu dengan mengenal masyarakat sebagai sasaran komunikasi, menyusun pesan yang akan disampaikan serta menentukan metode (Helandra et al., 2023).

Penelitian-penelitian terdahulu ini, dijadikan dasar serta *literatur review* dalam penelitian ini, sekalipun pada dasarnya terdapat kesamaan tema penelitian akan tetapi secara spesifik fokus penelitian dan objek berbeda, sehingga dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini akan menelaah pengelolaan digital humas yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Az-Zainiyah I Randumerak dalam membangun citra positif madrasah, baik dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan serta tahap evaluasi yang telah dilaksanakan.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti memanfaatkan pendekatan kualitatif dalam penyelidikan dengan fokus pada studi kasus sebagai bagian dari metode kualitatif. Metode ini bertujuan untuk mendalami secara lebih mendalam suatu kasus tertentu dengan mengumpulkan beragam sumber informasi. Lokasi penelitian dilaksanakan di MTs Az-Zainiyah I Randumerak, terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih MTs Az-Zainiyah I Randumerak sebagai tempat dilaksanakan penelitian, hal ini dikarenakan mudahnya peneliti mendapatkan informasi terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian serta merupakan salah satu lembaga yang telah melaksanakan *digital public relation*.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi atau objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer terdiri dari beberapa orang yang bertindak sebagai informan, antara lain Kepala Madrasah, Waka Humas, Kepala Tata Usaha, dan Guru MTs Az-Zainiyah I Radumerak. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber kedua yang berupa literatur yang mendukung dan sesuai dengan bahasan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan tiga teknik yaitu observasi partisipan, dimana peneliti turun langsung dan mengadakan pengamatan secara langsung dalam memperoleh data penelitian. Kedua wawancara mendalam, teknik digunakan karena ingin memperoleh data yang mendalam terkait fokus penelitian. Ketiga

studi dokumentasi, teknik ini dipilih karena terkait pengumpulan data yang terdokumentasi.

Peneliti melakukan analisis data dengan cara menginterpretasikan kata-kata yang terdapat dalam data untuk mendapatkan pemaknaan. Oleh karena itu, proses analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data dan setelah data terkumpul. Analisis data penelitian dilakukan melalui tiga tahapan sekaligus, yaitu mengurangi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

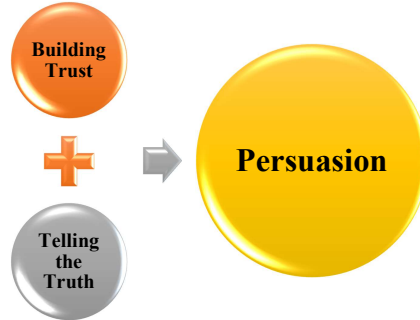
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal yang harus dilakukan dalam penyusunan program kegiatan yang akan dilakukan, baik dalam jangka pendek (seminggu, sebulan, setahun), jangka menengah (2 sampai 8 tahun), serta jangka panjang (10 tahun ke atas) (Devina P et al., 2023; Supriani, 2022). Pada tahap perencanaan ini pihak madrasah melalui Wakil Kepala Humas dan Kepala Tata Usaha melakukan analisis kebutuhan yang sesuai dengan tujuan humas. Hal ini dimaksudkan agar dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan kehumasan nantinya mencapai tujuan sebagaimana yang diharapkan. Keberadaan humas dalam lembaga mempunyai posisi yang strategis serta urgen dalam menjembatani lembaga pendidikan dengan masyarakat atau publiknya (Rahayu & Trisnawati, 2022). Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Tata Usaha MTs Az-Zainiyah I Randumerak bahwa keberadaan humas sangat penting karena sebagai media komunikasi antara pihak lembaga dengan masyarakat, dan selain itu untuk mempererat silaturahmi, serta untuk menjaga eksistensi lembaga di masa depan (Kholili, 2023).

Analisis kebutuhan terkait dengan pengelolaan digital humas adalah ketersediaan platform digital serta media penghubung jaringan tersebut yaitu internet. Era sekarang banyak sekali tersedianya platform yang dapat digunakan sebagai sarana humas dalam mengembangkan hubungan dengan masyarakat, seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *telegram*, dll. Hal ini tentunya juga membutuhkan jaringan internet (*wifi*) dalam proses penggunaannya. Pemilihan media digital kehumasan yang sesuai dengan kebutuhan tentunya akan sangat membantu lembaga pendidikan untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Membangun hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan tidak terjadi dengan begitu saja, akan tetapi perlu dibangun di atas prinsip-prinsip humas yang terdiri dari membangun kepercayaan (*building trust*), tidak berbohong (*telling the truth*) yang nantinya dapat persuasi/meyakinkan orang lain (Devina P

et al., 2023). Jika digambarkan seperti gambar di bawah ini.



Gambar 1. Prinsip-Prinsip Humas

Setelah dilakukan analisis, berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Kholili, perencanaan yang dilakukan oleh pihak MTs Az-Zainiyah I terdiri dari beberapa tahapan yang terdiri dari adalah penyusunan program digital *public relation*, menentukan sasaran kegiatan, menentukan sosialisasi program, serta menentukan besaran biaya yang digunakan dalam digital *public relation* tersebut. Perencanaan yang matang tentu akan sangat menentukan arah ketercapaian tujuan yang sudah ditetapkan lembaga pendidikan. Oleh karena itu memelihara reputasi yang positif serta membangun persepsi baik di mata publik merupakan tujuan pokok setiap lembaga pendidikan. Selain itu, humas dalam lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk mengelola citra tersebut dengan baik serta menjaga hubungan positif dengan berbagai pihak. Memelihara citra yang baik menjadi kunci penting, hal ini tidak hanya menguntungkan sekolah secara internal namun juga eksternal dengan menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat. Menciptakan reputasi yang positif adalah strategi yang tak terelakkan bagi sekolah yang ingin tetap kompetitif dalam mempertahankan citra yang baik, sehingga dapat menarik perhatian serta dukungan dari Masyarakat (Rusyanti & Arafat, 2021).

### Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan humas dalam lembaga pendidikan sangatlah esensial. Karena keberadaan humas sebagai saluran komunikasi yang tidak ternilai serta mempunyai kedudukan yang penting dalam keberlangsungan lembaga pendidikan tersebut. Hal ini terkait erat dengan pertukaran informasi serta gagasan baik pemberi informasi atau penerima informasi dalam kerangka manajemen humas lembaga pendidikan, di mana hasil interaksi tersebut akan membentuk citra yaitu persepsi yang berkaitan dengan tingkat penghormatan dan kepercayaan masyarakat (Supriani, 2022).

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah bahwa

pelaksanaan digital *public relation* yang terdapat di MTs Az-Zainiyah I Randumerak dilaksanakan menggunakan *platform facebook*. Hal ini didasarkan atas kemudahan dalam menerapkan atau menggunakan media tersebut (Arofik, 2023). Penggunaan media digital dalam menunjang program kehumasan merupakan sesuatu yang wajib dilaksanakan, mengingat era sekarang sudah banyak media yang dapat mempermudah dan membantu kegiatan kehumasan sehingga lebih tetap sasaran dan efisien dalam penggunaannya.

Media digital yang dapat digunakan dalam menunjang tugas dan peran humas pada lembaga pendidikan dalam rangka menciptakan persepsi atau citra lembaga kepada masyarakat banyak sekali dan bersifat gratis atau tidak berbayar. Kegiatan digital *public relation* yang dilaksanakan di MTs Az-Zainiyah I adalah dengan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat diantaranya adalah informasi penerimaan siswa baru, kegiatan rutin yang dilaksanakan lembaga, perolehan prestasi yang diraih siswa atau guru, dll.

Selain itu, lembaga MTs Az-Zainiyah I Randumerak dalam rangka membangun citra positif melakukan strategi yang dapat mendorong tercapainya tujuan tersebut. Menurut Indrioko, beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah membangun opini, melakukan pemasaran pendidikan, serta publikasi madrasah (Indriani & Syamsudin, 2023). Dalam membangun opini MTs Az-Zainiyah I Randumerak dilakukan dengan menyakinkan ketercapaian visi misi lembaga, perbaikan bukti fisik, dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan madrasah. Dalam melakukan pemasaran pendidikan lembaga MTs Az-Zainiyah I Randumerak melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran pendidikan, sedangkan dalam publikasi madrasah dilakukan dengan menyampaikan informasi-informasi seputar madrasah melalui media digital *facebook*.

### **Tahap Pengendalian**

Tahap pengendalian wajib dilaksanakan karena pada tahap ingin melihat ketersesuaian atau ketercapaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini berdasarkan hasil wawancara dengan kepala madrasah dan kepala tata usaha di MTs Az-Zainiyah dilakukan dengan mengadakan rapat evaluasi yang dapat dilaksanakan setiap bulan (Arofik, 2023; Kholili, 2023). Hal ini dilaksanakan agar kegiatan digital *public relation* dapat terlihat ketersesuaiannya dengan tujuan lembaga pendidikan. Selain itu, dengan adanya tahap pengendalian yang dilakukan secara periodik ini tentunya akan memberikan kejelasan sejauh mana misi dan tujuan program humas yang telah dilaksanakan lembaga pendidikan tersebut untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat sebagai dasar untuk mengembangkan program humas selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, bahwasanya lembaga pendidikan di semua jenjang memiliki tanggung jawab untuk terus berinovasi agar dapat terus ada serta berkembang secara positif dengan kemampuan bersaing yang tinggi. Dalam hal ini, peran Humas menjadi sangat penting dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi secara optimal dalam penyelenggaraan pendidikan di suatu lembaga. Dengan terlibat dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, diharapkan akan memberikan dampak positif dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Moneta & Kurniawan, 2022; Rofiki et al., 2021).

Keterkaitan antara sekolah atau madrasah dengan masyarakat adalah sebuah bentuk komunikasi yang diinginkan oleh lembaga pendidikan untuk dikenal dan dihargai di lingkungan masyarakat agar mendapatkan dukungan dan apresiasi dari komunitas lokal. Selain itu, keterkaitan ini juga bertujuan untuk menggerakkan langkah-langkah menuju tujuan bersama dalam mencapai kemajuan, baik secara umum untuk kebaikan bersama maupun khususnya untuk memastikan kelangsungan hubungan yang berkelanjutan bagi madrasah dengan masyarakat sekitarnya (Miasari et al., 2022).

Pengelolaan humas yang tidak optimal akan berakibat kurang baik terhadap madrasah dan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat (Agustini, 2022; Rofiki & Munawaroh, 2021). Oleh sebab itu, penting bagi humas untuk melakukan perubahan dalam pelaksanaannya dan penggunaan media dalam melaksanakan kegiatan kehumasan. Era sekarang telah memberikan kemudahan dalam menggunakan teknologi digital dalam melaksanakan kegiatan dalam segala sektor termasuk pendidikan (Senjaya & Susinta, 2022). Dengan demikian pengelolaan humas dengan teknologi digital sangat menunjang madrasah dalam meningkatkan daya saing dan citra lembaga sehingga menjadi lembaga pilihan masyarakat.

Fungsi Humas dalam institusi pendidikan terfokus pada pembinaan serta manajemen hubungan internal yang krusial, karena hubungan yang solid di dalam lembaga sangat penting untuk membangun dan menjaga keberlangsungan lembaga pendidikan itu sendiri. Selain menjaga hubungan dengan entitas internal, peran Humas juga terletak pada pembinaan serta pemeliharaan hubungan yang baik dengan publik eksternal, yakni masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Humas harus memiliki kemampuan untuk menjaga keterhubungan yang positif dengan masyarakat serta memahami dan menghargai pandangan serta keinginan mereka (Moneta & Kurniawan, 2022).

Pengelolaan digital humas di MTs Az-Zainiyah I Randumerak dalam membangun citra

positif madrasah sudah dilakukan sesuai dengan kaidah fungsi manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian. Dalam tahap perencanaan yang dilakukan telah dimulai dari analisis masalah, merumuskan tujuan, penetapan strategi serta penetapan anggaran. Dalam tahap pelaksanaan kegiatan humas dilakukan dengan baik dan berdasarkan prinsip-prinsip pelaksanaannya. Sebagaimana pandangan Sahertian bahwa dalam pelaksanaan humas terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan yaitu prinsip keterpaduan, berkesinambungan, menyeluruh, sederhana, konstruktif, kesesuaian, serta luwes (Supriani, 2022).

Dalam tahap pengeendalian dilaksanakan dengan melakukan rapat evaluasi yang dilakukan secara periodik. Pengelolaan digital humas yang dilakukan oleh MTs Az-Zainiyah I Randumerak hanya dilakukan menggunakan satu *platform* saja yaitu *facebook*. Padahal era sekarang banyak penyedia media komunikasi berlomba-lomba menghadirkan *platform* seperti *instagram*, *telegram*, *whatsapp*, dll dalam membantu kehumasan dalam lembaga pendidikan. Oleh karena sangat memungkinkan bagi MTs Az-Zainiyah untuk mencoba menggunakan media digital yang lain dalam melakukan kegiatan kehumasan sehingga apa yang ingin disampaikan oleh pihak madrasah kepada masyarakat cepat diterima. Selain itu dengan menggunakan berbagai digital humas tentunya juga akan tepat sasaran sesuai dengan apa yang menjadi harapan lembaga pendidikan dalam membangun citra positif.

Lembaga MTs Az-Zainiyah telah melaksanakan strategi yang digunakan dalam membangun citra positif madrasah yaitu membangun opini, melakukan pemasaran pendidikan serta publikasi madrasah. Hal ini tentunya senada dengan pernyataan Indrioko bahwa dalam membangun citra positif terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan, upaya tersebut terdiri dari kegiatan pembentukan opini publik, kegiatan publikasi madrasah, serta kegiatan pemasaran. Membangun citra positif sekolah bukanlah usaha untuk menyembunyikan kekurangan atau hal-hal yang tidak baik, tetapi untuk menyajikan dengan baik prestasi atau hal-hal positif yang telah dicapai oleh madrasah kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk membangun citra yang positif di pikiran masyarakat, sehingga masyarakat memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap madrasah untuk pendidikan anak-anak mereka di masa mendatang (Al Givari, 2020; Halim & Rofiki, 2022).

Penelitian ini tentunya memperkuat penelitian-penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Duhani (2017), Helandra (2023), Indriani & Syamsudin (2023), Supriani (2022), Rahayu & Trisnawati (2022), Ningsih et al (2022) yang mana keberadaan humas dalam lembaga pendidikan sangat penting dan memberikan kontribusi yang jelas terhadap baik mutu, *branding image*, citra positif sekolah. Oleh karena itu pengelolaan humas yang



sesuai, tentunya akan memberikan dampak bagi lembaga pendidikan dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan inti dari fungsi Humas di lembaga pendidikan adalah sebagai proses komunikasi yang mempertemukan lembaga pendidikan dengan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebutuhan dan aktivitas pendidikan di madrasah. Tujuannya adalah untuk merangsang minat serta kerjasama antara lembaga pendidikan dan masyarakat guna memajukan serta mengembangkan lembaga pendidikan tersebut (Finawati, 2022).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pengelolaan *digital public relation* yang dilakukan oleh MTs Az-Zainiyah I Randumerak dalam membangun citra positif madrasah pada dasarnya telah melakukan fungsi pengelolaan yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian yang dilakukan oleh bagian humas dan semua masyarakat sekolah juga sering membantu karena pada dasarnya tanggung jawab terkait kehumasan merupakan tanggung jawab masyarakat madrasah bukan hanya kepada individu yang diberikan amanah dan ditunjuk untuk mengelola kehumasan di MTs Az-Zainiyah I Randumerak. Pengelolaan *digital public relation* memberikan kemudahan bagi MTs Az-Zainiyah I Randumerak untuk membangun citra positif madrasah yang dilakukan melalui beberapa strategi yang dilakukan yaitu dengan membangun opini yang sesuai dengan visi dan misi lembaga, melakukan pemasaran pendidikan yang dilakukan dengan *marketing mix*, serta melakukan penyebaran informasi yang berkaitan dengan madrasah kepada masyarakat baik yang berkaitan dengan kegiatan yang dilaksanakan.

Berdasarkan penelitian di atas, maka penulis merekomendasikan bagi pihak MTs Az-Zainiyah untuk dapat mengelola *digital public relation* dengan bermacam *platform* dan tidak hanya menggunakan media *facebook* saja. Sehingga dengan banyaknya penggunaan *platform* humas yang digunakan akan mempercepat tujuan yang telah ditentukan. Penelitian ini masih banyak kekurangan-kekurangan diantaranya informan yang digunakan masih minim dan fokus penelitian yang lingkungannya masih minim, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lingkup permasalahannya lebih luas dengan objek yang berbeda.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid yang sudah memberikan pendanaan penelitian ini. Sehingga penelitian kolaborasi dengan mahasiswa ini dapat berjalan dengan lancar dan

menghasilkan luaran berupa artikel jurnal yang terpublikasi dalam jurnal nasional. Semoga ke depannya dapat menghasilkan dan memberikan kontribusi dalam menghasilkan karya ilmiah yang berfokus pada bidang manajemen pendidikan.

## DAFTAR REFERENSI

- Achmad Pradana, R., Pitaloka, D., Laduni Rukmana, I., & Gunawan, A. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Digital: Keterampilan dan Peran di Era Digital. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(09), 1806–1817. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.583>
- Agustini, D. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Manajemen Hubungan Masyarakat sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Era Pandemi*. 1.
- Al Givari, A. M. (2020). Strategi Humas dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Madrasah Unggulan di Kota Malang. *FONDATIA*, 4(2), 234–244. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v4i2.896>
- Arofik, A. (2023). *Hasil Wawancara dengan Kepala Madrasah MTs Az-Zainiyah 1 Randumerak*.
- Devina P, A., Saifullah, A., & Maisyaroh, M. (2023). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar. *Media Manajemen Pendidikan*, 5(3), 389–400.
- Dhuhani, E. M. (2017). *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon*. 2, 2.
- Fathurrochman, I., Ariskawanti, E., Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Santosa, S., & Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2019). An Analysis of Public Relations Management of IAIN Curup Bengkulu in Improving Digital Information Systems. *Jurnal At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 228–240. <https://doi.org/10.37758/jat.v5i2.448>
- Finawati, F. (2022). Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi'in Pamekasan. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v1i2.14023>
- Halim, A., & Rofiki, Moh. (2022). The Transformative Leadership Strategy: Efforts to Improve The Positive Image of School. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 5785–5793. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3175>
- Helandra, M. E. S., Khatibah, K., & Kustiawan, W. (2023). Komunikasi Public Relation Pondok Pesantren Darul Azhar dalam Membangun Citra Postif pada Masyarakat Aceh Tenggara. *ANWARUL*, 3(3), 460–477. <https://doi.org/10.58578/anwarul.v3i3.1160>
- Indriani, I., & Syamsudin, S. (2023). Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga. *Indonesian Journal of Educational Management and Leadership*, 1(1), 106–117. <https://doi.org/10.51214/ijemal.v1i1.531>
- Kholili, R. (2023). *Hasil Wawancara dengan Kepala Tata Usaha MTs Az-Zainiyah 1 Randumerak*.

- Lombu, B. & Samsi Haryanto. (2022). Manajemen Media Digital Dalam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di Sekolah SMP Kristen Kalam Kudus Yogyakarta. *Media Manajemen Pendidikan*, 4(3), 487–495. <https://doi.org/10.30738/mmp.v4i3.8999>
- Miasari, R. S., Julianti, T., Pangestu, A., & Suprinanto, S. (2022). Manajemen Hubungan Masyarakat di Sekolah/Madrasah. *Jurnal Manajemen Pendidikan Al Hadi*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.31602/jmpd.v2i1.6330>
- Moneta, A., & Kurniawan, A. (2022). Peran HUMAS dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah Aliyah Negeri 1 Aceh Barat. *SKILLS: Jurnal Riset Dan Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.47498/skills.v1i1.1207>
- Ningsih, I., . A., & . H. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge. *JURNAL MAPPESONA*, 5(1), 11–21. <https://doi.org/10.30863/mappesona.v5i1.2495>
- Oktaria, K., & Abduh, M. (2023). Inovasi dalam Pengelolaan Hubungan Sekolah/Madrasah dengan Masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Keguruan*, 1(5), 344–356.
- Rahayu, P., & Trisnawati, N. (2022). Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 124–139. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p124-139>
- Rofiki, M. (2019). Urgensi Supervisi Akademik dalam Pengembangan Profesionalisme Guru di Era Industri 4.0. *Indonesian Journal of Basic Education*, 2(3), 502–514.
- Rofiki, M., & Munawaroh, W. (2021). Pengantar Manajemen Pendidikan Islam: Teori dan Praktek di Sekolah (K. Rasmana, ed.). *Malang: CV Ampuh Multi Rejeki*.
- Rofiki, M., Sholeh, L., & Akbar, A. R. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Menengah Atas di Era New Normal. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6), 4057–4065. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1327>
- Rusyanti, T., & Arafat, Y. (2021). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah. *Jurnal Educatio*, 7(3), 753–762.
- Senjaya, R., & Susinta, A. (2022). Manajemen Perpustakaan Digital di Era Global pada Perpustakaan Kampus Institut Pemerintahan Dalam Negeri. *Jurnal Perpustakaan*, 13(2), 56–66.
- Supriani, Y. (2022). Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 587–594. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.453>