

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN CITRA
MADRASAH DI MTS IHYAUL ULUM DUKUN GRESIK**

SKRIPSI



Oleh:

MOHAMMAD AZAM KHOLILURROHMAN

D03217026

Dosen Pembimbing:

Dr. Hanun Asrohah, M.Ag.

NIP. 196804101995032002

Dr. Ali Mustofa, S.Ag. M.Pd

NIP. 197612252015011008

PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

NAMA : MOHAMMAD AZAM KHOLILURROHMAN

NIM : D03217026

JUDUL : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN
CITRA MADRASAH

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Surabaya, 04 April 2022

Yang Menyatakan,



MOHAMMAD AZAM KHOLILURROHMAN
NIM. D03217027

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dibuat oleh:

NAMA : MOHAMMAD AZAM KHOLILURROHMAN

NIM : D03217026

JUDUL : STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEMBANGKAN
CITRA MADRASAH

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 02 April 2022

DOSEN PEMBIMBING I



Dr. HANUN ASROHAH, M.Ag.
NIP. 196804101995032002

DOSEN PEMBIMBING II



Dr. ALI MUSTOFA, S.Ag. M.Pd
NIP. 197612252015011008

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Mohammad Azam Kholilurrohman ini telah dipertahankan di depan tim penguji skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri

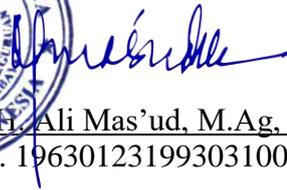
Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 12 April 2022

Mengesahkan,

Dekan,




Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag, M.Pd.I
NIP. 196301231993031002

Penguji I



Dr. H. Nur Kholis, M.Ed. Admin, Ph.D
NIP. 196703111992031003

Penguji II



Dr. Arif Mansyuri, M.Pd
NIP. 197903302014111001

Penguji III



Dr. Hanun Asrohah, M.Ag.
NIP. 196804101995032002

Penguji IV



Dr. Ali Mustofa, S.Ag. M.Pd
NIP. 197612252015011008



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uisnby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : **MOHAMMAD AZAM KHOLILURROHMAN**
NIM : **D03217026**
Fakultas/Jurusan : **FTK / MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**
E-mail address : **mohazamkholilurrohman@gmail.com**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEMBANGKAN CITRA MADRASAH DI
MTS IHYAU ULUM DUKUN GRESIK**

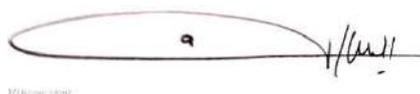
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada), Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (data base), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 September 2021

Penulis



Mohammad Azam Kholilurrohman

ABSTRAK

Mohammad Azam Kholilurrohman (D03217026), *Strategi Public Relation dalam Membangun Citra Madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik*, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dosen Pembimbing I, Dr. Hanun Asrohah, M.Ag dan Dosen Pembimbing II, Ali Mustofa, M.Pd.

Penelitian ini berjudul Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab fokus penelitian mengenai strategi yang dilakukan *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum, factor penghambat dan pendukung adanya strategi *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah, dan dampak strategi *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan pendekatan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan yakni strategi yang dilakukan oleh public relation di MTs Ihyaul Ulum yaitu dengan adanya prestasi akademik yang diraih oleh siswa-siswi disetiap event perlombaan maupun olimpiade, kemudian dengan adanya publikasi mengenai prestasi siswa disetiap event, selain itu dari publikasi yang disampaikan kepada public dapat menarik respon positif dari masyarakat. Dan Adanya prestasi akademik tak luput dari program kelas bina prestasi. Faktor penghambat adanya strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah yakni terdapat beberapa kesulitan dalam menyamakan persepsi antar pendidik dalam memutuskan sesuatu yang berhubungan dengan kelas bina prestasi, tugas yang diberikan kepada pihak humas lumayan banyak sehingga menjadi banyak yang harus dikerjakan, dan kurangnya koordinasi. Sedangkan faktor pendukungnya adalah adanya SDM atau pendidik yang sudah sesuai dengan kualifikasi atau standar yang cukup baik dan bermutu serta peserta didik yang mampu memahami penjelasan dari pendidik dengan baik, adanya cctv yang dapat menjadi pengontrol setiap kegiatan peserta didik, pembelajaran atau sistem belajar mengajar yang sudah menggunakan computer atau laptop, serta adanya dukungan yang antusias dari orang tua peserta didik di setiap kegiatan sekolah terutama program bina prestasi. Dan dampak dari adanya strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah yaitu siswa di MTs Ihyaul Ulum yaitu banyak siswa yang berprestasi di bidang akademik maupun non akademik, dengan adanya program kelas bina prestasi dapat menjadikan MTs Ihyaul Ulum sebagai salah satu madrasah percontohan di daerah Gresik, hubungan masyarakat dan pihak madrasah pun semakin baik dan jumlah siswa disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan peminatnya semakin menyebarluas mulai dari Lamongan, Tuban dan Bojonegoro.

Kata Kunci : Strategi Public Relations dan Citra Madrasah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Konseptual	11
F. Penelitian Terdahulu	13
G. Sistematika pembahasan	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Strategi Public Relation	17
1. Pengertian Strategi <i>Public Relations</i>	17
2. Ruang Lingkup <i>Public Relation</i>	19
3. Tugas <i>Public Relation</i>	21
4. Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	23
5. Prinsip-prinsip Public Relations.....	25
6. Jenis-jenis Strategi Public Relations	25
7. Proses Strategi <i>Public Relation</i>	29
B. Citra Madrasah.....	31
1. Pengertian Citra	31
2. Jenis-jenis Citra.....	32
3. Pengertian Madrasah.....	33
4. Pentingnya Citra terhadap Madrasah	34

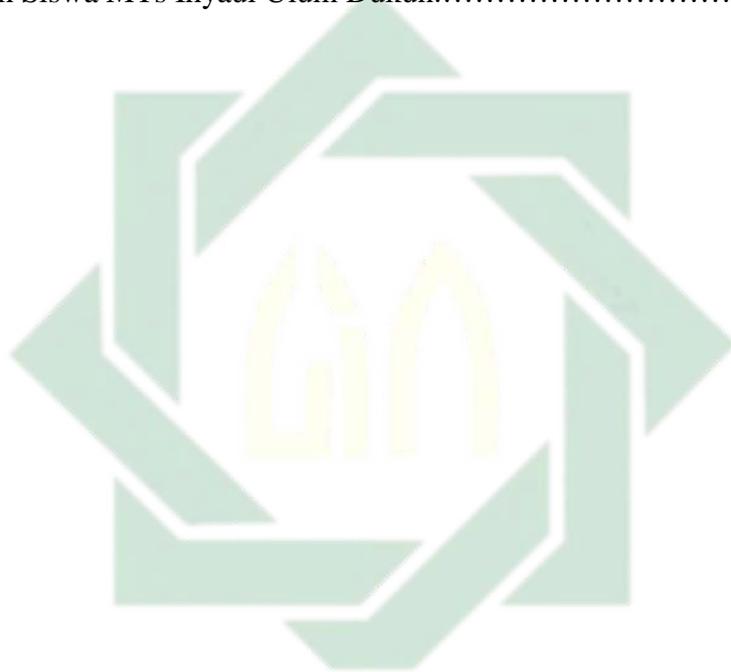
5.	Upaya menciptakan citra madrasah yang positif	35
6.	Dampak dari adanya citra positif	37
7.	Factor pendukung dan penghambat citra madrasah	37
C.	Keterkaitan Public Relations terhadap Citra Madrasah	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	41
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B.	Lokasi Penelitian.....	42
C.	Sumber Data dan Informan Penelitian	43
D.	Metode Pengumpulan Data.....	45
1.	Metode Observasi	45
2.	Wawancara.....	46
3.	Dokumentasi	47
E.	Teknik Analisis Data.....	48
1.	Reduksi data.....	48
2.	Penyajian data	49
3.	Verifikasi/Penarikan Kesimpulan	50
F.	Keabsahan Data	50
1.	Triangulasi Sumber Data	51
2.	Triangulasi Metode (Tekhnik)	51
3.	Triangulasi Waktu.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A.	Gambaran Umum MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik.....	53
1.	Profil Sekolah.....	53
2.	Sejarah sekolah	53
3.	Motto, Visi dan Misi Sekolah	54
4.	Jumlah Guru dan Karyawan Sekolah.....	55
5.	Jumlah Sekolah	55
6.	Struktur Sekolah.....	56
7.	Fasilitas sekolah	57
A.	Hasil Penelitian	58
1.	Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah di MTs Ihyaul Ulum	59
2.	Faktor Penghambat dan Pendukung adanya Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah	64
3.	Dampak Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah.....	68

B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah	71
2. Faktor pendukung dan penghambat adanya Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah	74
3. Dampak Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah.....	77
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

3.1 Informal Penelitian	44
3.2 Data Kebutuhan Observasi.....	47
3.3 Indikator Wawancara	48
3.4 Indikator Kebutuhan Data Dokumentasi	50
4.1 Jumlah Siswa MTs Ihyaul Ulum Dukun.....	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	93
Lampiran 2	94
Lampiran 3	95
Lampiran 4	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan ialah sarana untuk menaikkan kualitas sumber daya manusia. Di era 4.0, hampir semua negara berlomba-lomba untuk berkompetisi menaikkan kualitas sumber daya manusianya dengan tujuan bersaing berebut di pasar bebas. Di dalam sebuah persaingan, peran suatu pendidikan sangatlah penting karena Pendidikan sebagai patokan dalam membentuk sumber daya manusia yang kompetitif. Pendidikan ialah sebuah bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia.¹

Public relations mempunyai peranan penting pada setiap lembaga sebab *public relations* menjadi salah satu sinergi strategi dalam pembentukan citra positif ataupun citra negatif. Sebuah lembaga pasti berkeinginan mempunyai gambaran yang baik di mata publik. Tentunya bukan hal mudah untuk mendapatkan responsif yang baik di masyarakat, jangka waktu yang lama yang dibutuhkan dalam mewujudkannya. Beberapa kendala, baik peluang, serta tantangan harus bisa dikelola pihak Lembaga dengan baik. Seorang *public relations* berperan dalam menjalankan citra suatu lembaga dan dapat memberikan ide yang brilian untuk meningkatkan citra positif untuk

¹Zumrotul Masruroh, "Manajemen Pendidikan Keterampilan (Vocational Skill) di MAN Kembangawit, "Muslim Heritage, 2 (November, 2016), 418.

kedepannya. Sasaran yang tepat dalam pembentukan strategi akan berdampak pada citra positif yang diinginkan.²

Strategi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai suatu hal yang diinginkan. Sedangkan menurut Anwar Arifin, strategi ialah perihal sebuah keputusan yang mengenai suatu tindakan yang akan dijalankan dalam mencapai tujuan.³

Public relations ialah salah satu cara untuk membentuk dan menjaga relasi yang saling menguntungkan antara suatu lembaga dengan public. Keberhasilan maupun kegagalan *public relation* tergantung dari bagaimana kiat untuk membentuk dan menjaga relasi.⁴

Menurut Suharsimi Arikunto, hubungan masyarakat ialah fungsi yang khas antara lembaga atau public dengan warga di dalam maupun di masyarakat luar.⁵ Sedangkan menurut Jefkins, *public relation* merupakan bentuk komunikasi yang terpolakan baik intern maupun external, melalui sebuah organisasi dan public dalam mencapai tujuan spesifiknya. Dengan kedudukannya sangat strategis, maka seorang *public relation* harus memiliki kepekaan terhadap kepentingan public, baik dalam lingkup internal maupun eksternal.

²Isna Asdiani Nasution, "Peransn Public Relation dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza", Jurnal Warta, Juli 2019.

³Edi Suryadi, *Strategi Komunkasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), hal 5-6.

⁴Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2007), 32.

⁵Suharsimi Arikunto dan Lia yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2008, 361.

Keberadaan public relations menjadi sebuah penghubung dan pengomunikasi bagi Lembaga Pendidikan dengan masyarakat, pendukung bagi program-program sekolah, dan publikator bagi hasil-hasil kegiatan sekolah kepada masyarakat.⁶ Public relation akan menciptakan program-program yang menjadi strategi dalam mencapai tujuan.⁷

Adanya *public relations* sangat dibutuhkan dalam institusi maupun organisasi, salah satunya didunia pendidikan. Semua lembaga pendidikan sedang bersaing untuk memperlihatkan kelebihanya. Dariitu peran *public relations* perlu ditelaah secara holistic sehingga *public relations* dalam sebuah lembaga yang notabnya diarea pendidikan harus menciptakan citra positif dan memberikan terobosan baru baik program, maupun membangun relasi yang kuat agar tetap eksis di mata masyarakat.⁸Di sinilah strategi *public relations* sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas madrasah salah satunya untuk mengembangkan citra madrasah melalui program Binpres/Unggulan.

Menurut Ruslan Rosady, *public relations* lebih diarahkan agar dapat membentuk persepsi yang baik sehingga menguntungkan lembaga dan menuai gambaran yang positif. Terdapat dua komponen yang mempunyai peran penting dalam mengembangkan *public relation*, yakni komponen sasaran serta komponen sarana.

⁶ Juhji dkk, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Widina Bakti Persada Bandung, 2020), 10-11.

⁷ Isna Asdiani Nasution, "Peranan *Public Relations* dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza" *Jurnal Warta*, Juli 2019.

⁸ Khoiruddin dkk, "Peran dan Strategi Humas dalm Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam". *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol. 15, No. 2, 2016, 319.

Komponen sasaran merupakan konsumen yang mempunyai persamaan pendapat sehingga memberikan keuntungan organisasi dan publik. Sedangkan komponen sarana memiliki fungsi mengarahkan jika terjadi hal yang tidak diinginkan seperti konflik sebuah lembaga dengan public internal maupun eksternal. Dengan membuat tiga jalan alternatif yaitu sebuah pencegahan, melalui negoisasi dan penegasan⁹

Menurut KBBI, mengembangkan memiliki arti memperluas, membentangkan dan membuat lebih maju.¹⁰

Citra diartikan sebagai gagasan atau pemikiran yang dihasilkan oleh sebuah kebibadian dan ditujukan kepada publik bagi Lembaga ataupun organisasi.¹¹ Menurut Alma dan Hurriyati, citra ialah perasaan, impresi, dan kesan mengenai organisasi atau Lembaga.¹² Sedangkan menurut Kotler, citra merupakan gagasan atau sebuah kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dipengaruhi oleh objek tersebut.¹³ Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan, gagasan dan kesan seseorang sangat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku maupun respon yang mungkin akan dilakukan.

Citra dalam sebuah lembaga harus dikelola dengan baik melalui sebuah korelasi atau komunikasi yang harmonis dengan publik, karena citra

⁹Rosadi Ruslan, *Managemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hal 135

¹⁰Menurut KBBI, Diakses Pada Tanggal 2 November 2021 Pada Link <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Strategi>

¹¹ Sandra Oliver, *Strategi Public relation*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 50.

¹² Juhji dkk, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), 24.

¹³ Philip Kotler, *B2B Brand Manajemen*, (Berlin: Springer, 2006), hlm. 26.

lembaga ialah sebuah cerminan atau ilustrasi dari lembaga tersebut. Menurut Ruslan, citra ialah tujuan utama sekaligus reputasi serta prestasi yang harus dicapai bagi hubungan masyarakat.¹⁴ Citra suatu lembaga pendidikan berasal dari aneka macam komponen diantaranya ialah kualitas akademik maupun non akademik, kualitaspeserta didik, kualitas kinerja pengajarataupun pegawai, dan profesionalitas kepala sekolah. Kesan atau citra yang baik lembaga akan membawa dampak positif terhadap nama baik lembaga dimata masyarakat.¹⁵

Adapun beberapa manfaat ketika lembaga Pendidikan menampilkan citra baik atau positif diantaranya adalah menumbuhkan sikap kepercayaan yang tinggi dan dapat menarik kerabat-kerabat disekitarnya. Agar citra suatu lembaga dapat diketahui oleh banyak masyarakat, maka dibutuhkan peran hubungan masyarakat sebagai aksesnya.¹⁶

Soebagio menyatakan bahwa, peluang besar bagi suatu lembaga pendidikan jika menampilkan kesan yang positif adalah tumbuhnya sikap kepercayaan konsumen yang sangat tinggi dan msmpu menarik keluarga jika citra lembaga pendidikan telah positif.¹⁷

Menurut Kementrian Agama, Madrasah ialah satuan forum pendidikan formal binaan pendidikan agama yang melaksanakan Pendidikan

¹⁴Israyati Trenah Ningsih dan Henky Pramusinto, "Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMK YPE Sumiuh Kab. Banyumas", *Economic Educations Analysis Journal*, Vol. 6 No. 2, 2017.

¹⁵Sulistiyono, *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 145

¹⁶Erwin Indrioko, "Membangun Citra Public dalam Lembaga Pendidikan Islam", Vol. 9 No. 2, Juli 2015, 366.

¹⁷ Soebagio Admodiwiryo, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: Ardidazya Jaya), hlm. 71

umum serta kejuruan dengan menfokuskan agama islam yang meliputi Roudhotul Athfal sampai Madrasah Aliyah.¹⁸ Sedangkan Menurut Zuhairini, madrasah merupakan sebuah tempat yang dimana disitu diajarkan mengenai ajaran-ajaran islam, ilmu pengetahuan dan ilmu lainnya sesuai dengan perkembangan zaman.¹⁹

Dalam sebuah citra madrasah harus ada titik poin yang menjadi daya Tarik bagi masyarakat salah satunya diantaranya melalui program ataupun dari segi prestasi. Untuk mewujudkan citra yang positif salah satunya melalui prestasi melalui adanya program-program yang strategis yang harus dikembangkan setiap madrasah dalam mengembangkan citra positif sehingga berdampak pada kualitas dan kuantitas madrasah.

MTs Ihyaul Ulum merupakan Lembaga Pendidikan yang bernafaskan islam yang didirikan pada tahun 1951 oleh KH. Ma'sum Sufyan dan para pengurus Nadhlatul Ulama (NU) di Kecamatan Dukun Gresik. Madrasah ini berada dalam naungan Yayasan Pendidikan Islam Ihyaul Ulum (YPPIU). Sejak didirikannya Pondok Pesantren respon masyarakat sangat positif, bisa dilihat dari bertambahnya santri yang ada dalam setiap tahunnya. Oleh karena itu didirikan Lembaga Pendidikan formal untuk memfasilitasi santri-santri yang belajar di pondok tersebut.²⁰

MTs Ihyaul Ulum terletak di Desa Sembungan Kidul Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik tepatnya di Jl. Raya sembungan kidul No. 16 A

¹⁸Peraturan Menteri agama No. 90 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah

¹⁹Zuhairini, sejarah Pendidikan Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 25

²⁰Dokumentasi dari Facebook MTs Ihyaul Ulum m.facebook.com/mtspui/. Diakses pada 1 maret 2021

posisi sekolah berada pada tengah-tengah perkampungan penduduk serta satu kompleks dengan Pondok Pesantren Ihyaul Ulum. Sekolah ini mempunyai prospek yang baik dari segi pengembangan fisik maupun kualitas Pendidikan.²¹

Menurut pandangan masyarakat sekitar bahwa perkembangan MTs Ihyaul Ulum sangat meningkat, mulai dari media promosi, pendekatan kepada masyarakat sekitar dan pengelolaan program-program. Hal ini tak luput dari humas yang bertugas sebagai penghubung antara madrasah dan masyarakat. Perbedaan ini terlihat dari usaha dan progres humas dalam mengembangkan citra madrasah, humas yang dulu hanya berfokus pada promosi melalui papan reklame. Sedangkan humas yang sekarang mempunyai progress yang baik mulai dari media promosi yang lebih luas dan canggih hingga program unggulan yang dijalankan, sehingga banyak prestasi yang dicapai dan dapat mendongkrak citra positif madrasah.²²

Dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum, Humas memiliki sebuah strategi untuk meningkatkan suatu kualitas pendidikan dalam segi akademis, mengembangkan kemampuan dan pengetahuan tenaga pendidik, menaikkan kemampuan dalam menghadapi persaingan di global Pendidikan dengan membangun keunggulan kompetitif sesuai dengan motto MTs Ihyaul Ulum yaitu Pribadi Unggul dan berkarater Islami.

²¹Wawancara dengan Bapak Fatul Nasir selaku Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik pada tanggal 27 Februari 2021 pukul 08.30 WIB

²² Wawancara dengan masyarakat sekitar pada tanggal 3 maret 2022 pukul 09:00 WIB

Prestasi yang telah diraih siswa-siswi MTs Ihyaul ulum, Diantaranya adalah: Juara 2 Kompetisi Sains Madrasah Mapel B. Inggris Kab. Gresik tahun 2017, Juara 1 lomba Karya Tulis Ilmiah Remaja se-Kabupaten Gresik, Lamongan, Tuban dan Bijonegoro M2F tahun 2019., Juara 2 Lomba Bahasa Inggris Lp. Maarif Kab. Gresik Tahun 2020, juara lomba Event Internasional Asean Innovative Science Enfromenal And Interpreneur Fair (Aiseef) tahun 2021, Juara 3 KIR M2f Se-Kab. Gresik, lamongan, Tuban, Bojonegoro tahun 2021, dan meraih olimpiade PAI Bronze Medal Se-Kab. Gresik, Lamongan, Tuban, Surabaya, Sidoarjo tahun 2021.²³

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MENGEMBANGKAN CITRA MADRASAH DI MTS IHYAUL ULUM DUKUN GRESIK.*

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakangdi atas, maka penelitian berfokus pada strategi public relations serta mengembangkan citra madrasah yang dijabarkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilaksanakan *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik?

²³ Dokumentasi dari Facebook MTs Ihyaul Ulum m.facebook.com/mtspriu/. Diakses pada 1 maret 2021

2. Apa factor penghambat dan pendukung adanya strategi *public relations* dalam mengembangkan citramadrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik?
3. Bagaimana dampak strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan mendeskripsikan strategi yang dilaksanakan *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan factor penghambat dan pendukung adanya strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik.
3. Mengetahui dan mendeskripsikan dampak strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaatnya meliputi:

1. Segi Teoritis

- a. Penelitian skripsi diharapkan dapat menambah keilmuan di bidang Pendidikan terkhusus dalam strategi *public relations* di Sekolah.
- b. Besar harapan peneliti dalam penelitian ini nantinya dapat memberikan sebuah masukan serta bahan rujukan yang bisa

dilakukan bagi lembaga pendidikan untuk melaksanakan hal yang sejenis.

2. Segi Praktis

a. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, yang diinginkan seorang peneliti nantinya bisa menambah pengalaman serta pengetahuan baru demi memperoleh gambaran atau keterangan yang nyata mengenai strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah, sehingga peneliti juga bisa mengasah diri dalam penulisan karya tulis ilmiah dalam bidang Manajemen Pendidikan Islam dan sebagai syarat penyelesaian Program Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Ampel Surabaya.

b. Bagi Objek Penelitian

- 1) Besar harapan peneliti hasil yang didapatkan dalam penelitian ini nantinya bisa dimanfaatkan sebagai salah satu pandangan dalam melakukan praktik di Lembaga Pendidikan tersebut, khususnya tentang mengenai strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah.
- 2) Hasil akhir penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk Lembaga, sehingga dapat mengembangkan serta memajukan kualitas diri sekolah sesuai perkembangan ilmu

pengetahuan terutama dalam melakukan implementasi program sekolah.

c. Bagi Pihak Lain

Peneliti berharap penelitian ini dijadikan sebuah referensi atau rujukan dalam melaksanakan penulisan karya ilmiah atau sejenisnya tentang implementasi program di sekolah.

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan sebuah definisi serta penegasan istilah yang diperlukan peneliti sebagai bentuk pegangan dalam mengukutr fokus penelitian secara nyata. Judul penelitian ini mengenai strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik, untuk memperjelas maksud dari judul diatas perlu memahami beberapa pengertian dari makna yang tercantum didalamnya. Bagian ini bertujuan untuk menjauhi kesalahfahaman yang terjadi dalam mengambil pengertian dan penjelasan yang peneliti harapkan. Adapun kata-kata utama yang dipakai untuk memperoleh pengertian adalah:

1. Strategi Public Relations

Strategi ialah sebuah cara yang digunakan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan.²⁴ Pendapat Anwar Arifin bahwa strategi ialah suatu keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan ataupun sasaran.²⁵

²⁴Menurut KBBI, Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2021 Pada Link <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Strategi>

²⁵Edi Suryadi, *Strtegi komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), 5-6

Menurut Suharsimi Arikunto, Hubungan Masyarakat adalah sebuah dinamika yang khas antara organisasi dengan Lembaga maupun publik didalam masyarakat maupun luar masyarakat baik meliputi Lembaga maupun instansi pemerintahan dan lain sebagainya.²⁶

Dari pembahasan diatas *Public Relations* sebagai suatu proses manajemen yang mempunyai tujuan untuk mencapai dan menjaga keselarasan dan perilaku positif di antara pengelompokan sosial yang menjadi sandaran organisasi untuk mencapai suatu misinya.

2. Citra Madrasah

Citra menurut Ruslan, ialah sebuah tujuan utama yang harus dicapai melalui prestasi yang harus dicapai bagi *public relations*.²⁷ Citra lembaga berasal dari berbagai macam komponen yaitu mutu akademik dan non akademik. Mutu akademik diantaranya adalah kurikulum yang sesuai dengan Standar Nasional Pendidikan serta adanya program-program unggulan yang dapat menunjang standar kompetensi lulusan. Sedangkan mutu non akademik diantaranya ialah kualitas peserta didik, kualitas tenaga pendidik dan kependidikan, sarana prasarana. Pada dasarnya citra yang baik akan membawa nama baik Lembaga di

²⁶Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2008), 361

²⁷Srayati Tresna Ningsih dan Hengky Pramusino, "Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMK YPE, Sumih Kab. Banyumas", *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 6 No. 2, 2017, 409

masyarakat.²⁸ Dari berbagai komponen diatas, mutu akademik antara lain yang menyangkut

Dari pembahasan diatas citra madrasah sebagai aktivitas untuk menciptakan kolaborasi yang harmonis antara madrasah serta masyarakat melalui usaha memperkenalkan madrasah kepada masyarakat sehingga menuai hasil yang positif dimata masyarakat.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti memeparkan beberapa penelitian terdahulu dari beberapa sumber literatur yang juga mempunyai keterlibatan dengan pembahasan yang ada dalam penelitian ini. Berdasarkan penelusuran penelitian dengan melihat penelitian secara khusus memiliki kesamaan namun penelitian terdahulu tersebut mempunyaisudut pandang fokus yang berbeda dengan penelitian ini. Tujuan dari pemaparan penelitian terdahulu ini adalah mendefinisiikan situasi atau posisi dalam sebuah penelitian terdahulu yang peneliti maksud aalah sebagai berikut:

1. Minan Nur Rohman dengan skripsi berjudul *Peran Public Relation terhadap Pengembangan Organisasi di Yayasan Nurul Islam Surabaya*.

Teori yang dipakai dalam penelitian Minan Nur Rohman yaitu teori Public Pengembangan Organisasi dari pendapat Marquelis dan Raia sedangkan teori yang ada dalam penelitian ini merupakan teori Public Relations dari pendapat Suharsimi Arikunto. Untuk Metode Penelitian

²⁸Sulistyorini, *Manajemen Pendidikann Islam: Konsep, Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 145

memiliki Kesamaan antara peneliti Minan Nur Rohman dan penelitian ini memakaipenelitian kualitatif Metode Deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan Penelitian Minan Nur Rohman terfokus pada Peran Public Relations terhadap pengembangan Organisasi, untuk peneltian ini terfokus pada Strtegi Public relations dalam Mengembangkan Citra Madrasah.

2. Jon Intan Safitriani dengan skripsi berjudul *Peran Public Relation dalam Mensosialisasikan Perusahaan Asuransi PT. Prudential Life assurance Cabang Makassar*. Teori yang dipakai dalam penelitian Jon Intan Safitriani yaitu teori Public Relations dari F. Rahmadi sedangkan teori yang dipakai dalam penelitian ini merupakan teori Public Relations dari Suharsimi Arikunto. Untuk Metode Penelitian memiliki kesamaan antara penelitian Jon intan Safitriani dan penelitian ini memakai penelitian Kualitatif Metode Deskriptif dengan teknikk pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan fokus Penelitian Jon Intan Safitriani terfokus pada Peran Public Relations dalam Mensosialisasikan Perusahaan Asuransi, untuk penelitian ini terfokus pada Strategi Public relations dalam Mengembangkan Citra Madrasah.
3. Siti Humairah dengan skripsi berjudul *Strategi Public Relation dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*. Pada penelitian Siti Humairah tersebut teori yang digunakan ialah teori Public Relations dari Howard

Bonham sedangkan teori yang dipakai dalam penelitian ini merupakan teori Public Relations dari Suharsimi Arikunto. Untuk Metode Penelitian memiliki kesamaan antara penelitian Siti Humairah, penelitian ini peneliti memakai metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan fokus Penelitian Siti Humairah terfokus pada Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan, sedangkan penelitian ini terfokus pada strategi *Public Relation* dalam mengembangkan Citra Madrasah.

G. Sistematika pembahasan

Agar mudah peneliti dan pembaca dalam mempelajari dan memahami penelitian ini maka peneliti mengumpulkan pokok pembahasan dalam penelitian yang saling menghubungkan antara satu sama lain. Sistematika penyusunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu ini membahas secara keseluruhan mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI

Pembahasan pada bab dua meliputi landasan teori yang akan dipakai oleh peneliti sebagai dasar acuan atau bahan rujukan dalam penyusunan skripsi ini dengan mengutip beberapa teori yang sesuai pokok dari pembahasan dari beberapa sumber baik dari buku, jurnal dan penelitian terdahulu.

Didalam kajian teori ini mencantumkan konseptual dari topik yang dikaji dan perspektif teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Pembahasan pada bab tiga memaparkan metode yang akan digunakan oleh peneliti guna mendapatkan informasi atau data yang didalamnya mencakup beberapa hal yakni jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber penelitian dan informan dari penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data dan keabsahan dari data

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ke empat peneliti menyajikan hasil data yang diperoleh dari lapangan dan berisi tentang deskripsi atau gambaran umum tentang madrasah

BAB V PENUTUP

Pada bab lima merupakan bab yang membahas mengenai suatu kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil pembahasan penelitian skripsi serta lampiran-lampiran yang mendukung dari keabsahan suatu data pada halaman sebelumnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Public Relation

1. Pengertian Strategi *Public Relations*

Strategi ialah sebuah cara yang digunakan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan.²⁹ Pendapat Anwar Arifin bahwa strategi ialah suatu keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan ataupun sasaran.³⁰ Sedangkan menurut Wheelen dan Hunger, strategi ialah sebuah kumpulan dari keputusan managerial dan menjadiaksi pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Hal ini meliputi yakni analisis lingkungan eksternal, internal, formulasi strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol.³¹

Strategi merupakan serentetan langkah mendasar yang disusun dan diputuskan oleh manajemen untuk diimplementasikan melalui para direksi suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan dari organisasi tersebut.³² J.L Thomson menyatakan bahwa strategi merupakan cara untuk mencapai hasil yang menyangkuttujuan dan

²⁹Menurut KBBI, Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2021 Pada Link <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Strategi>

³⁰Edi Suryadi, *Strtegi komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), 5-6

³¹ Wheeleen dan Hunger, *Strategic Management ang Business Policy*, (Prentice Hall, 2012), 16

³²Kuncoro, Mudrajat. *Strategi Bagaiman Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 60

sasaran Lembaga atau organisasi.³³ Sedangkan menurut Argyis, strategi ialah respon yang berkesinambungan terhadap peluang dan ancaman eksternal serta memiliki kekuatan dan kelemahan internal yang mengakibatkan dampak dan perkembangan dalam organisasi.³⁴

Dari adanya beberapa pengertian- pengertian diatas dapat kita fahami bahwa strategi ialah suatu cara atau rencana yang berfungsi sebagai peta arah sebuah organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Pada dasarnya strategi berpedoman pada tiga cara utama, yakni tujuan, sasaran, dan cara. Maka dariketiga prinsip tersebut harus terdapatdi dalam sebuah penerapan dari strategi yang ingin dilakukan.

Public relations merupakan rangkaian usaha untuk menciptakan hubungan yang baik antara suatu Lembaga dengan masyarakat melalui proses timbal balik komunikasi. Hubungan harmonis tersebut akan muncul dengan adanya saling mengerti, saling percaya dan kesan yang positif.³⁵ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, hubungan masyarakat ialah suatu ciri yang khas antara organisasi dengan publik atau hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat di dalam dan masyarakat luar.³⁶

³³ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2007), 2.

³⁴Hutapea, Strategi Pemerintah dalam Pembangunan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatra Utara tahun 2015, *Jurnal Organissi Manajemen*, Volume 4 No. 1, 2007

³⁵Rahmadi, *Public Relations*, (Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama), 16

³⁶ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2008), hal. 361

Public relations ialah sebuah usaha manajemen melalui proses berkelanjutan agar memperoleh *goodwill* (kemauan baik) berasal dari pelanggan, pegawai, serta publik yang lebih luas dalam mengadakan suatu analisis dan perbaikan diri sendiri.³⁷ Sedangkan menurut Jefkins, public relation merupakan bentuk komunikasi yang direncanakan baik dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dan public untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.³⁸

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa public relation ialah suatu usaha melalui sebuah komunikasi yang tersusun dalam suatu organisasi yang ditunjukkan kepada publik agar mempunyai citra positif dilingkungan masyarakat.

Jadi dapat kesimpulan bahwa strategi public relation adalah serangkaian tindakan mendasar yang dibuat dan diimplementasikan oleh sebuah organisasi yang ditujukan kepada masyarakat agar terciptanya hubungan yang baik antara lembaga dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik.

2. Ruang Lingkup *Public Relation*

Public relations ialah satu kiproah yang menjalankan fungsi komunikasi yang menerapkan unsur-unsur di dalam komunikasi pada setiap program serta kegiatan public relations. Penerapan unsur

³⁷Soleh Soemirat, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 12.

³⁸Khaerul Umam, *Komunikasi dan Public Relations*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), 115.

komunikasi yang dijalankan *public relations* dalam berkomunikasi dengan para stakeholders baik internal maupun eksternal, dengan bertujuan untuk menciptakan citra positif dimata publik yang berdampak pada kemudahan lembaga dalam meraih prestasi. mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan.³⁹

Menurut Rosady Ruslan, tentang batasan strategi publik relations ialah alternative optimal yang dipilih untuk mencapai tujuan *public relations* dalam rangka rencana *public relations*.⁴⁰

Strategi public relations dibuat oleh beberapa unsur-unsur eksklusif, khususnya strategi berkenaan pada lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan target dari beberapa pola yang menjadi dasar budaya lembaga bersangkutan, yaitu:

- 1) Secara makro, lingkungan Lembaga tersebut akan ditentukan oleh beberapa kebijakan umum, budaya yang diikuti, system perekonomian, teknologi, teknologi yang dikuasai oleh organisasi bersangkutan
- 2) Secara mikro, bergantung pada sebuah suatu misi lembaga, sumber daya manusia (SDM/SDA), system pengorganisasian, dan planning maupun program dalam jangka pendek dan panjang.⁴¹

³⁹Sandra Oliver, *Strtegi Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2007), 3.

⁴⁰Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo), 134.

⁴¹Khaerul Umam, *Komunikasi dan Public Relations*, (Bandung: CV. Pustaka setia), 118.

Ruang lingkup tugas public relations di dalam sebuah organisasi atau Lembaga antara lain meliputi aktifitas yakni:

1) Membangun hubungan kedalam (*public internal*)

Public internal merupakan publik yang menjadi bagian unit, sebuah instansi, lembaga, atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu menganalisa atau mengenali hal-hal yang dapat menyebabkan gambaran negative publik, sebelum kebijakan itu dilaksanakan oleh organisasi.⁴²

2) Membangun hubungan keluar (*public eksternal*)

Publik eksternal merupakan publik umum (masyarakat). Mengoptimalkan tumbuhnya sikap dan citra publik yang baik terhadap Lembaga yang diwakilinya. Tugas eksternal dari public relations ialah menciptakan koneksi yang baik, yang bersifat informatif dan persuasif, dan arahkan kepada masyarakat diposisi itu. Informasi yang ditujukan harus akurat dan jujur, berdasarkan data dan fakta yang teliti. Oleh Sebab itu khalayak berhak mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut pada kepentingannya.

3. Tugas *Public Relation*

Berdasarkan Permendiknas No. 24 tahun 2008 wacana Standar Tenaga Administrasi Sekolah atau Madrasah, Tugas dari

⁴²Wahyu Ridha, Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Excellent Islamic School (EXISS) ABATA, Skripsi, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2014), h. 14.

Pelaksanaan Administrasi Hubungan Sekolah dengan Masyarakat yakni:

- a. Mengatur hubungan komunikasi antara sekolah dengan orang tua.
- b. Menjaga hubungan yang baik dan memfasilitasi kelancaran kegiatan dengan komite sekolah.
- c. Membantu merencanakan program yang keterlibatan *stakeholders*.
- d. membuat kerja sama dengan pemerintah dan lembaga yang ada disekitarnya.
- e. Memperkenalkan sekolah/madrasah.
- f. Menjaga koordinasi dengan lulusan (alumni).
- g. Membantu tamu sekolah.
- h. Menggagas layanan sistem informasi atau pelaporan hubungan sekolah dengan masyarakat.
- i. Memaksimalkan media untuk sebagai hubungan sekolah dengan masyarakat.
- j. Memberikan pengarahan terhadap masyarakat mengenai fungsi sekolah melalui macam-macam tehnik komunukasi (surat, majalah, buletin dan mendatangkan sumber).⁴³

⁴³*Uraian Pokok Tenaga Administrasi* (Berdasarkan Permendiknas RI No. 24 Thaun 2008 tentang Standar Tenaga Administrasi Sekolah)

4. Fungsi dan Peran *Public Relations*

Sebuah public relations dikatakan berfungsi apabila mereka mampu melakukan tugas sesuai dengan kewajibannya dengan tepat, berguna maupun tidak dalam menunjang tujuan lembaga atau organisasi untuk memenuhi kepentingan masyarakat. Dilihat dari garis besar fungsi dari public relations yaitu:

- 1) Menjaga komunikasi yang harmonis antara instansi atau lembaga dengan masyarakat umum (*maintain good communication*).
- 2) Membantu kepentingan publik dengan baik (*serve public interest*).
- 3) Menjaga perilaku dan moralitas instansi dengan sebaik mungkin (*maintain good moral and manners*).⁴⁴

Menurut Cutlip & Center dalam Krisyantono menyebutkan Fungsi Public Relations yaitu sebagai berikut:⁴⁵

- 1) Membantu kegiatan dalam mencapai sebuah tujuan organisasi
- 2) Menjadikan komunikasi menjadi dua arah secara timbal balik dengan memberikan informasi lembaga kepada masyarakat dan menyampaikan opini public kepada Lembaga..
- 3) Memberikan pelayanan public dan memberikan masukan kepada pemimpin instansi atau lembaga.
- 4) Membangun hubungan yang harmonis antara instansi atau lembaga dan masyarakat, baik secara internal ataupun eksternal.

⁴⁴Krisyantono, Rahmat, *Riset Komikasi*. (Jakarta Kencana Media Group, 2008), 5

⁴⁵ Ibid, h.22

Peran ialah hal dimana seseorang melaksanakan tugasnya sesuai apa yang menjadi peran ataupun tugasnya, peran yang dijalankan *public relations* adalah salah satu faktor dalam hal mengetahui *public relations*. Peran dari *public relations* yakni:

- 1) Menjadi komunikator, *public relations* mengarahkan manajemen mendengar apa yang diharapkan masyarakat umum, sekaligus memaparkan keinginan, serta harapan sebuah organisasi atau perusahaan kepada publiknya.
- 2) Menjaga *realitionship*, upaya membina kerja sama yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik. Hubungan positif bisa dilakukan dengan melakukan pertemuan dan mempercayai kepada perusahaan untuk meningkatkan gambaran positif.
- 3) Membackup management, merupakan suatu pendukung dalam fungsi manajemen organisasi ataupun perusahaan seperti mempromosikan produk, jasa dan melihat sejauh mana kinerja karyawan agar dapat dievaluasi.
- 4) Membangun *corporate image* yang menjadi tujuan (goals) akhir dari sebuah aktivitas program kerja memperkenalkan *public relations*, baik dalam keperluan publikasi ataupun promosi.⁴⁶

⁴⁶Wahidin Saputra dan Rully Nasrullah, *Public Relations 2.0 teori dan praktek Public Relations Era Cyber*, (Bekasi: Gramata, 2011), 50-52.

5. Prinsip-prinsip Public Relations

Oxley berpendapat prinsip-prinsip dari *public relations*, adapun prinsip-prinsip yang ada di dalam public relations sebagai berikut:

- a. Pendekatan secara rasional mencakup perencanaan *public relations* agar lebih menjamin efektivitas public relations.
- b. Pendekatan yang sistematis dalam perencanaan *public relation* bertindak untuk kemajuan.
- c. *Public relations* ialah fungsi dari suatu manajemen.
- d. *Public relations* yang baik ialah melalui komunikasi yang efektif.
- e. Para praktisi public relations harus mendukung kliennya serta berusaha sebaik mungkin dalam mendorong kepentingan kliennya.
- f. Public relations hanya diajalkan oleh orang-orang yang sudah terlatih⁴⁷

6. Jenis-jenis Strategi Public Relations

Menurut Firsan Nova, jenis-jenis strategi public relations merupakan sebagai berikut yakni:

- a. *Publications* (Publikasi)

Publications (Publikasi) merupakan sebuah ide ataupun cara dalam menyebarkan suatu informasi kepada khalayak.

⁴⁷ Yossal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 67.

b. *Event* (acara)

Event ialah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh para praktisi public relations dalam menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat.

c. *News* (berita)

News merupakan sebuah informasi yang ditujukan kepada masyarakat yang disampaikan seraca langsung ataupun tidak langsung dengan tujuan agar diterima dan mendapat respon baik dari masyarakat.

d. *Community involvement* (hubungan dengan public)

Hubungan dengan publik merupakan suatu hubungan atau relasi yang buat dengan para stakeholder yang ada di lingkup lembaga. Dalam suatu hubungan berkomunikasi dan koordinasi merupakan mudal utama dalam mentranformasikan nilai-nilai dan tujuan dalam sebuah lembaga atau institusi, kepandaian dan kecakapan berkomunikasi dalam hal mempengaruhi dan mengambil simpati dari stakeholder yang menjadi tujuan tersebut, maka dari itu penting kiranya untuk mempelajari dan mengkaji teori-teori komunikasi dan koordinasi serta memahami bagaimana orang-orang seharusnya berkomunikasi dengan benar.

e. *Lobbying and Negotiation* (Teknik lobi dan negosiasi)

Teknik lobi dan negosiasi ialah skill yang harus dipelajari dalam melakukan sebuah pemecahan masalah yang dirundingan dengan sebaik mungkin.

f. *Social Responsibility/Corporate Social Responsibility (CSR)*

Social Responsibility ialah wacana yang sedang rame didunia bisnis maupun dunia usaha. Wacana ini dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara Bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan khalayak di sekitarnya.⁴⁸

Sedangkan menurut versi dari harwood Child, strategi pada kegiatan *public relation* untuk merencanakan pesan dalam bentuk informasi atau berita, yakni sebagai berikut:

1) *Strategy of Publicity*

Melakukan sebuah gerakan dalam penyebaran pesan (*massage*) melalui suatu proses publikasi berita bekerja sama dengan berbagai media massa. Dengan menggunakan strategi rekayasa suatu berita bisa menarik perhatian publik sehingga menciptakan publisitas yang sangat menguntungkan.

2) *Strategi of persuasion*

Kampanye untuk membujuk melalui tehnik sugesti atau persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi emosional

⁴⁸ Firasan Nova, *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapai Krisi, Mengelola Isu, Membangun Citra dan reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 54-55

dari suatu cerita ataupun artikel berlandaskan kepentingan masyarakat.

3) *Strategi of argumentation*

Suatu strategi digunakan dalam hal mengantisipasi berita negative yang tidak enak didengarkan kemudian dari situ dibentuk berita tandingan yang mengemukakan sebuah argumensi secara rasional agar opini public tetap pada posisi yang aman dan menguntungkan.

4) *Strategi of image*

Strategi didalam pembentukan sebuah informasi ataupun berita yang positif dalam hal menjaga nama baik instansi atau lembaga.⁴⁹

Ada beberapa komponen penting dalam menjalankan strategi public relations sebagai beriku:

a. Komponen sasaran

Komponen sasaran merupakan konsumen yang mempunyai dua persepsi yang sama sehingga menguntungkan bagi organisasi dan publik.

b. Komponen sarana

Komponen ini bertujuan dalam hal mengarahkan apabila terjadi hal yang tidak diinginkan seperti konflik antara organisasi

⁴⁹Elvinaro, *Public Relations suatu Pendekatan Praktis "Kiat Menjadi Komunikator dalam Berhubungan dengan Publik dan Masyarakat"*, (Jakarta: Pustaka Bani Quraisy), 183

dengan publik. Dengan memberikan tiga pilihan alternatif yakni sebuah pencegahan, negoisasi dan kristalisasi⁵⁰

7. Proses Strategi *Public Relation*

Menurut Cutlip, proses dalam public relations menganut pada sebuah pendekatan manajerial, proses dari perencanaan, strategi pada public relations yakni meliputi pencarian fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.⁵¹

Proses perencanaan dari strategi *public relations* yakni berikut yaitu:

1) *Fact Finding*

- a. Langkah awal yaitu mencakup pemantauan, mencari data serta pengumpulan fakta sebelum melaksanakan sebuah tindakan. Proses ini memberikan suatu landasan bagi semuaproses pemecahan masalah lainnya.
- b. Sebuah proses analisis situasi, dimana perlu analisis yang rinci terdiri dari factor internal maupun factor eksternal dalam situasi masalah memberikan praktisi informasi untuk dapat menilai suatu kekuatan, kelemahan, bahkan peluang dan ancaman.

2) *Planning*

Informasi yang sudah terkumpul pada termin awal yang digunakan untuk membentuk keputusan tentang bagaimana

⁵⁰Rosadi Ruslan, *Management Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: rajawali Press), 5.

⁵¹Ardianto Elvinaro, *Handbook Off Public Relations, Penghantar Komprehensif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 89-90.

program, tujuan, tindakan strategi, taktik dan tujuan sebuah komunikasi. Pembuatan suatu rencanaserta program merupakan pembuatankeputusan dasar apa yang akan dilakukan dengan urutan apa dalam menanggapi serta mengantisipasi persoalan bahkan peluang.

3) *Communicatiocn*

Langkah selanjutnya mencakup suatu pelaksanaan tindakan program serta komunikasi yang diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan bagi setiap publik. Dalam melaksanakan program, kegiatan public relations mencakup tujuh komunikasi public relations yakni:

4) *Evaluation*

Proses evaluasi ini meliputi persiapan, pelaksanaan, penilaian serta hasil program. Evaluasi ialah sebuah proses yang dilakukanterus menerus dilakukan agar mengetahui titik kelemahan dan titik yang harus diperbaiki. Evaluasi program melibatkan banyak pengetahuan luarteknik riset ilmiah, dan mengadakan sebuah evaluasi tentang suatu kegiatan itu apakah sudah tercapai atau belum. Sebuah hasil dari evaluasi menjadi patokan kegiatan berikutnya.⁵²

⁵²Ardianto Elvinaro, *Handbook Off Public Relations, Pengantar Komprehensif*, (bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 91-93.

Melalui beberapa cara tersebut, maka akan memudahkan pelaksanaan komunikasi antara lembaga dengan masyarakat. Setelah komunikasi antara sekolah dan masyarakat terjalin dengan baik, maka akan mempermudah public relation untuk menyampaikan program-program sekolah, seperti program unggulan akan lebih dipercaya oleh masyarakat. Dengan begitu, maka tujuan dari public relation akan mudah tercapai.

B. Citra Madrasah

1. Pengertian Citra

Frank Jefkins mengemukakan pendapat tentang citra, bahwa citra merupakan suatu gambaran atau kesan yang tepat sesuai dengan kenyataan mengenai suatu kebijakan personal, produk atau jasa-jasa suatu organisasi.⁵³ Citra merupakan serangkaian perasaan serta penilaian yang diorganisasikan dalam system kegiatan manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya.⁵⁴

Citra ialah suatu gambaran mengenai ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang ataupun organisasi. Citra memegang serangkaian gambaran yang saling terhubung yang terdiri dari banyak objek yang menyatu dan interpretasikan melalui sebuah bahasa.⁵⁵

⁵³ Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 412.

⁵⁴ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 98.

⁵⁵ Candra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta: PT. Erlangga, 2006), 50-51.

2. Jenis-jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, terdapat beberapa jenis citra diantaranya adalah:

a. *Mirror image* (Citra Bayangan).

Dalam citra bayangan ini tertanam pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi yang biasanya adalah top leader atau pemimpin, mengenai tanggapan dari pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan merupakan citra yang diikuti oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

b. *Current Image* (Citra yang berlaku).

Citra image merupakgambaran atau pandangan yang diikuti oleh pihak luar tentang suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya dikonfirmasi oleh banyaknya informasi yang dipegang oleh mereka yang mempercayainya.

c. *Multiple image* (Citra Majemuk).

Citra majemuk merupakan berbagai gambaran publik dari suatu organisasi tertentu oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan perilaku yang berbeda-beda atau tidak selaras dengan tujuan organisasi kita.

d. *Corporate image* (Citra Perusahaan).

Citra perusahaan merupakan citraorganisasi secara keseluruhan, jadi bukan hanya sekedar gambaran atas produk dan jasanya.

e. *Wish image* (Citra yang diharapkan).

Citra harapan ialah suatu gambaran yang diinginkan oleh manajemen. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan pada sesuatu yang relative baru. Ketika masyarakat tidak memiliki informasi yang memadai mengenainya tentang hal itu.

f. *Performance Image* (Citra penampilan).

Citra penampilan lebihpada subjeknya, bagaimana kinerja dan penampilan diri (*Performance image*) professional pada lembaga yang bersangkutan. Misalnya dalam hal keanggotaan dan kualitas pelayanan, penyambutan orang tua siswa harus ramah dan memberikan kesan yang selalu baik.⁵⁶

3. Pengertian Madrasah

Istilah "*Madrasah*" berasal dari Bahasa Arab yaitu "*darasa*", '*yadrusu*', "*darsan*"serta "*madarasah*" yang artinya keterangan tempat yang secara harfiah yaitut empat belajar agama atau tempat yang dijadikan untuk memberikan pelajaran dari akar kata *darasa* juga bisa diturunkan kata *midas* yang berarti buku yang dipelajari atau tempat

⁵⁶Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 416.

belajar.⁵⁷ Tujuan pendidikan yaitu menghendaki adanya aktivitas sehingga dapat menimbulkan hiruk-pikuk, sementara beribadah dalam masjid menghendaki ketenangan dan kekhusukan ibadah. Itu sebabnya Naskoteen bertentangan dengan tujuan pendidikan dan tujuan agama didalam masjid hamper tidak dapat diperoleh titik temu. Oleh karena itu dicari Lembaga Pendidikan alternatif untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan Pendidikan umum dengan tetap berbijak pada motif keagamaan Lembaga tersebut adalah *madrasah*.⁵⁸

4. Pentingnya Citra terhadap Madrasah

Citra madrasah memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan masyarakat untuk melakukan sebuah tindakan. Lembaga yang memiliki citra positif di masyarakat memiliki keunggulan tersendiri karena nama baiknya dimata masyarakat, sehingga mendapat nama baik dimata masyarakat. Menurut Gronroos, dikutip oleh Sutisna, mendefinisikan empat peran citra bagi sebuah institusi.⁵⁹

- a. Citra menceritakan sebuah harapan.
- b. Penyaring (filter) yang mempengaruhi sebuah persepsi aktivitas organisasi.
- c. Fungsi pengalaman dan harapan masyarakat

⁵⁷Abin Syamsudin Makmun, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Bandung:Pustaka Eduka, 2010), 162.

⁵⁸Abin Syamsudin Makmun, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Bandung:Pustaka Eduka, 2010), hlm-164.

⁵⁹Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offse, 2013), 199.

- d. Pandangan yang membuat sebuah gairah bagi sebuah lembaga.

Dengan demikian, peran citra madrasah memegang peranan penting, yang salah satunya menjembatani harapan bagi masyarakat. Fakta yang menunjukkan bahwa sebuah lembaga yang memiliki citra dan reputasi yang bagus, biasanya menikmati hal-hal seperti berikut:⁶⁰

- a. Hubungan baik dengan para tokoh masyarakat
- b. Hubungan positif dengan pemerintah setempat
- c. Rasa kebanggaan pada organisasi dan diantara masyarakat
- d. Saling pengertian antara sesama, baik internal maupun eksternal
- e. Meningkatkan kesetiaan para staf Lembaga.

5. Upaya menciptakan citra madrasah yang positif

Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh bidang humas dalam meningkatkan citra positif sekolah antara lain:

- a. Menyelenggarakan ceramah ilmiah terhadap siswa, guru dan karyawan dengan pembicara pakar tertentu yang relevan dengan berbagai bidang tertentu. Hal ini dilakukan guna menembah wawasan keilmuan warga sekolah.
- b. Meningkatkan SDM guru dengan membuat atau menyelenggarakan seminar, pelatihan-pelatihan, workshop guna menguatkan kompetensi guru sehingga kinerjanya lebih profesional.

⁶⁰ Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal 67

- c. Meningkatkan SDM guru dan karyawan melalui pelatihan pemanfaatan dari segi teknologi informasi dan komunikasi dalam setiap kegiatan pembelajaran.
- d. Meningkatkan prestasi sekolah melalui ikut dalam event perlombaan. Perlombaan bisa berbentuk kompetisi dalam bidang akademik maupun dalam bidang non akademik.
- e. Mengadakan kegiatan study banding kepada sekolah yang lebih maju atau sekolah favorit sebagai langkah untuk meningkatkan mutu sekolah.
- f. Menjadikan sekolah sebagai model percontohan bagi sekolah yang lainnya. Agar bisa menjadikan sekolah sebagai model percontohan maka pihak sekolah tidak boleh merahasiakan berbagai tips yang telah dilakukannya dalam mencapai suatu keberhasilan dan kesuksesan
- g. Memaparkan atau mensosialisasikan baik rencana, pelaksanaan, dan hasil dari suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak madrasah. Kegiatan sosialisasi tersebut bisa dilakukan melalui pemanfaatan website sekolah, jejaring sosial, dan media cetak.
- h. Membuat saluran komunikasi antara pihak sekolah dengan orang tua melalui pemanfaatan media sosial.
- i. Menunjang sarana dan prasarana Pendidikan yang mendukung terlaksananya penyelenggaraan layanan Pendidikan yang bermutu.⁶¹

⁶¹ Nur Shibihatul Fajri dan Noval Andy Wiyani, Manajemen Marketing sekolah Berbasis Information and Communication Technology, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam4, No. 2, 2019. 107

6. Dampak dari adanya citra positif

Menurut Aditia Pradito pada jurnalnya, dampak dari adanya citra positif terhadap sebuah Lembaga ialah sebagai berikut:

- a. Kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat semakin kuat.
- b. Terjalin adanya kerjasama yang efektif antara pihak sekolah dan orang tua dari siswa-siswi.
- c. Adanya dukungan dan kerjasama dengan masyarakat.
- d. Tingginya partisipan loyalitas pelanggan pengguna jasa Pendidikan.⁶²

7. Factor pendukung dan penghambat citra madrasah

- a. Factor pendukung
 - 1) Adanya identitas fisik (nama Lembaga, logo, Gedung madrasah, lagu khas madrasah)
 - 2) Identitas Non fisik (Reward, susunan manajemen madrasah)
 - 3) Sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten

Sumber daya manusia yang berkompeten merupakan tenaga pendidik yang memang dari segi kualitas diatas rata-rata dan memiliki skill yang dapat diandalkan sehingga hasil yang mereka kerjakan sangat memuaskan.
 - 4) Fasilitas pelayanan

⁶² Siti Isnani Zahra dan Makmur Sukri, Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Madrasah di MTs Azzuhti Tanjung Morowa Kab. Deli Serdang, Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keislaman, No. 2. 2020

Fasilitas pelayanan dapat diartikan sebagai penyedia layanan baik 'dari fasilitas layanan computer, jaringan internet atau alat penunjang bagi peserta didik.

5) Semangat saing dalam mewujudkan citra yang baik

Semangat yang ditunjukkan kepada khalayak umum maka juga berdampak pada citra sehingga menumbuhkan rasa semangat untuk bersaing dalam mewujudkan citra yang baik.

6) Perkembangan teknologi dan media

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan kita dituntut untuk bisa mengikuti zaman maka dari itu teknologi yang berkembang kita harus semaksimal mungkin untuk membuat gembarakan baru melalui media yang pintar, baik dari promosi atau pengenalan media Lembaga.

7) Kerjasama

Kerjasama merupakan serangkaian bentuk yang saling menopang,, dari adanya kerjasama maka sangat berdampak terhadap citra sekolah.

b. Factor penghambat

- 1) Kurangnya waktu karena tersita oleh pembahasan-pembahasan mengenai masalah sehari-hari.
- 2) Tugas menjadi overload.
- 3) Kurangnya koordinasi dengan berbagai pihak yang bersangkutan.

4) Minimnya anggaran.⁶³

C. Keterkaitan Public Relations terhadap Citra Madrasah

Public Relations merupakan bagian integral dalam suatu organisasi. Tugas public relations yakni bertanggung jawab untuk menciptakan citra positif dan ikut menciptakan kondisi madrasah yang harmonis dan menjaga hubungan baik antara madrasah dan masyarakat sekitar.

Peran Public Relations dalam madrasah sangat penting, kaitannya untuk mendukung performa madrasah baik di internal maupun eksternalnya. Agar tujuan dari madrasah tercapai, maka dibutuhkan strategi yang tepat dari divisi yang menangani fungsi Public Relations dalam suatu madrasah. Strategi tersebut digunakan untuk menggarap persepsi para stakeholders, baik internal maupun eksternal agar mendukung madrasah dalam mencapai tujuan-tujuannya.⁶⁴

Dalam mempertahankan citra madrasah yang telah terbentuk dibutuhkan strategi yang jitu dari seorang Public Relations, tentunya dengan memilih dan menerapkan strategi yang tepat serta adanya komunikasi yang baik dari semua pihak yang berperan dalam mengusahakan tujuan madrasah terlebih khusus kemampuan berkomunikasi dengan stakeholder madrasah. Seorang Public Relations tidak hanya harus mempunyai technical skill dan managerial skill dalam

⁶³ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

⁶⁴ Servina L. Lengkong dkk. Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan, e-journal Acta Diurna, Vol 6. No. 1, 8.

keadaan normal, tapi Public Relations juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakait penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan data secara sistematis dan akurat tentang suatu keadaan atau objek penelitian yang bersifat factual dan aktual.⁶⁵ Penelitian ini bertujuan yaitu untuk menganalisis dan menggambarkan kondisi yang ada terkait *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah di dukung dengsn data-data yang ada.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang keabsahanya bisa dipertanggung jawabkan melalui keabsahanya melalui validitasnya. Pada konteks social penelitian kualitatif ialahsuatukesatuan antara subjek dan lingkungan penelitian. Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.⁶⁶ Peneliti menggunakan pendekatan ini karena dalam hasilnya peneliti mendeskripsikan penelitian ini menggunakan istilah-istilah yang disusun berdasarkan topik yang diambil.

Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang sesuai pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk penelitian tentangkondisi objek yang alamiah. Dimana peneliti ialah sebagai kunci

⁶⁵Suryana, *Metodologi penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), hal. 14

⁶⁶Victorianus Aries Susanto, *Strtegi dan Langkah-langkh Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 52.

instrumentteknik pengumpulan data yang dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi.⁶⁷Tujuan dari penelitian dekriptif untuk mendeskripsikan, menerangkan, mengungkapkan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan menyelidiki semaksimal mungkin seorang individu, kelompok atau kejadian.⁶⁸

Pada penelitian ini merupakan jenis penelitian yang hanya mendeskripsikan dan menganalisa kegiatan yang terjadi bukan untuk menguji hipotesis. Adapun kegiatan atau peristiwa yang di deskripsikan yang berkaitan dengan strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MTs Ihyaul Ulum yang terletak di Desa Sembungan Kidul Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik tepatnya di Jl. Raya Sembungan Kidul No. 16 A Letak sekolah berada ditengah-tengah perkampungan penduduk dan satu kompleks dengan Pondok Pesantren Ihyaul Ulum.

Lokasi penelitian ini diambil peneliti karena strategi *public relation* (Humas) dalam mengembangkan citra madrasah. Melalui strategi ini,

⁶⁷Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa barat: CV jejak, 2018), hal. 8

⁶⁸Suryana, *Metodologi penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), hal. 17

madrasah memiliki keunggulan-keunggulan tertentu dalam mengembangkan citra positif madrasah. Oleh sebab itu peneliti tertantang dan tertarik dalam memilih objek penelitian.

C. Sumber Data dan Informan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari dua sumber, yakni sumber utama berasal dari informan penelitian. Informan merupakan orang yang menjadi sumber data pada penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.⁶⁹ Informan penelitian harus mempunyai kompetensi dan relevansi dalam fokus masalah pada penelitian yakni:

1. Sumber data penelitian merupakan perolehan data melalui subjek penelitian dimana mempunyai kejelasan tentang bagaimana data diperoleh dan diolah. Peneliti memperoleh beberapa data dari dua sumber data, diantaranya:

- a) Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan atau dikumpulkan secara langsung dari sumber melalui wawancara dengan berbagai pertanyaan yang diajukan.⁷⁰ Sumber data primer adalah data yang didapatkan dari lokasi penelitian melalui

⁶⁹Nur sayyidah, *Metode Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapan dalam Penelitian*, (Taman Sidoarjo: Zifatama Jamwara, 2018), 143.

⁷⁰Victorianus Aries Siswanto, *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 56

informan penelitian yang biasanya dilakukan dalam proses wawancara serta observasi lapangan.

b) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai macam sumber yang ada. Sumber data sekunder meliputi buku, jurnal, laporan, data arsip, laporan, media masa dan lain sebagainya. Data sekunder berfungsi sebagai data pendukung untuk melengkapi data primer.⁷¹

Dalam penelitian ini, data sekunder yang menjadi pendukung data primer adalah jurnal, buku, dokumen yang terkait kehumasan dan program.

2. Informan Penelitian

Seseorang atau narasumber dalam penelitian ini yang dapat memberikan informasi tentang kondisi lapangan untuk mengumpulkan data ialah definisi informan penelitian. Peneliti mempunyai beberapa informan penelitian diantaranya adalah: kepala sekolah, wakil kepala sekolah, waka humas, tata usaha (TU) dan masyarakat di MTs Ihyaul ulum Dukun Gresik.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Informan	Bentuk data
----	----------	-------------

⁷¹Mestika Zet, *Metode Penelitian kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hal 31.

1.	Kepala sekolah	Informasi tentang pandangan strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah (wawancara dan dokumentasi)
2.	Tata Usaha	menyangkut profil sekolah, sejarah madrasah, struktur madrasah, informasi rencana strategi, kebijakan untuk pendidik atau guru, kurikulum, visi, misi sekolah (wawancara dan dokumentasi)
3.	Waka Humas	Informasi mengenai strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah, program madrasah
4.	Masyarakat sekitar	Penilaian masyarakat terhadap madrasah

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data penelitian yang terdapat di lokasi, metode pengumpulan data ialah metode yang digunakan oleh peneliti.

Adapun kisi-kisi instrument penelitian dalam teknik pengumpulan data penelitian kualitatif mengenai strategi public relations dalam membangun citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode observasi ialah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan peneliti. Sehingga dalam melakukan

metode observasi seorang peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk mengamati serta memahami informasi yang berkaitan dengan keadaan di lapangan seperti tempat penelitian, pelaku atau pengelola, objek, perilaku, peristiwa, urutan kegiatan, tujuan, dan perasaan.⁷²

Dalam rangkaian penelitian ini, peneliti datang secara langsung ke tempat yang akan dilakukan penelitian untuk melihat situasi dan kondisi madrasah mengenai strategi public relation, faktor penghambat dan pendukung public relation dan dampak dari strategi public relation dalam membangun citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

Tabel 3.2 Data Kebutuhan Observasi

NO.	Indikator Kebutuhan data
1.	Strategi public relations
2.	Pengembangan citra madrasah

2. Wawancara

Metode wawancara ialah metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden secara langsung.⁷³ Wawancara merupakan teknik pengambilan data untuk memperoleh informasi dengan menyampaikan beberapa pertanyaan kepada responden atau narasumber.

⁷²Irfan Tamwif, Metodologi Penelitian, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014), 229.

⁷³Salim, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Cipustaka Media, 2012), 120-122.

Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan kepala sekolah, waka humas, tata usaha, guru dan siswa mengenai Strategi *Public relation* dalam membangun Citra Madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik

Tabel 3.3 Indikator Wawancara

No.	Indikator Kebutuhan Data
1.	Menjelaskan mengenai Profil Sekolah yang meliputi Sejarah Sekolah, Visi Misi, Keunggulan serta prestasi yang telah dicapai baik Akademik maupun Non Akademik
2.	Penjelasan mengenai strategi <i>public relations</i> yang dirancang dalam mengembangkan citra madrasah
4.	Penjelasan mengenai factor penghambat dan pendukung Strategi <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra madrasah
5.	Penjelasan dampak adanya Strategi <i>Public relations</i> dalam mengembangkan citra madrasah

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah tehnik dari pengumpulan atau pengelompokan data yaitu melalui mengumpulkan data berupa foto, file ataupun berkas. Dokumentasi lebih fokus dalam hal data pendukung dari pada pendukung data utama. Dikarenakandokumen lebih terfokusdalam memberikan dasar ataupun penguat atas rangkaian informasi yang diperoleh dari lapangan.⁷⁴

Dari penelitian ini, peneliti berupaya semaksimal mungkin untuk menggali dan mengumpulkan dokumen baik data pendukung

⁷⁴Salim, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Cipustaka Media, 2012), 124.

yang menyangkut strategi *public relation* dalam Membangun Citra Madrasah di MTs Ihyaul ulum Dukun Gresik.

Tabel 3.4 Indikator Kebutuhan Data Dokumentasi

No	Dokumen yang Dibutuhkan
1.	Profil sekolah, Visi dan Misi serta Sejarah dari Madrasah
2.	Data jumlah dari pendidik atau guru dan tenaga kependidikan di Mts Ihyaul Ulum
3.	Data jumlah dari peserta didik di MTs Ihyaul Ulum
4.	Kegiatan public relations dalam mengembangkan citra madrasah

E. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif, dilakukan di waktu pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai.⁷⁵ Berikut gambaran menurut Miles and Huberman:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu menentukan hal-hal yang pokok yang selanjutnya dirangkum dan memfokuskan pembahasan serta

⁷⁵Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R and D*, (bandung: Alfabeta, 2015), 183.

mencari pola dan topik penelitian. Dengan menggunakan data yang telah direduksi yang nantinya akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data dan mencari kembali data jika data masih dibutuhkan.⁷⁶

Reduksi data dilakukan pada data yang dianggap kurang penting atau yang tidak termasuk dalam judul penelitian. Dengan ini dapat mempermudah peneliti untuk mengelompokkan dan memfokuskan data yang sesuai pada fokus penelitian yang dibahas.

2. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data, maka prosedur selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi secara tersusun yang dapat menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya meliputi teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Yang bertujuan untuk memudahkan dalam membaca dan menarik kesimpulan.⁷⁷

Dengan adanya aktivitas penyajian data, dalam hal ini peneliti akan lebih mudah mengetahui, melakukan dan merancang

⁷⁶Umhati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, (Sulawesi Selatan: Suzana Claudia Setiana, 2020), 88.

⁷⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R and D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 339

langkah kegiatan selanjutnya pada focus penelitian dalam hal penelitian ini.

3. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan

Setelah data direduksi atau disajikan dalam bentuk teks deskriptif, maka langkah terakhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Penarikan kesimpulan merupakan kesimpulan awal yang akan dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang dapat menunjang tahap pengumpulan data.⁷⁸

Jadi, kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti bekerja semaksimal mungkin memberikan kesimpulan awal yang dapat dipercaya atau kredibel karena peneliti berusaha memberikan data atau dokumen yang mendukung dan dapat menjawab fokus penelitian pada bab sebelumnya.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan sebuah alat yang dipergunakan dalam mengukur kesesuaian penelitian yang mana apakah sudah sinkron dengan sebuah kenyataan serta keselarasan dalam lapangan. Keabsahan data ialah faktor penting dalam penelitian yang mana sebelum menganalisis data, perlu dilakukan pemeriksaan data terlebih dahulu. Pada penelitian kualitatif, temuan serta data dinyatakan valid jika tidak

⁷⁸Adhi Kusumantini dan Ahmad Mustamil Khoiron, Metode Penelitian Kualitatif, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo), 142.

adanya perbedaan antara temuan penelitian dengan laporan yang dilaporkan peneliti.⁷⁹

Untuk menghasilkan data yang valid pada penelitian kualitatif, salah satunya peneliti harus melakukan keabsahan data. Salah satunya dengan memakai cara keakuratan data ialah menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai macam sumber yang mencakup sumber data serta metode dalam melakukan keabsahan data maka diharapkan teknik triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah suatu teknik untuk mencari kebenaran melalui perantara berbagai metode dan sumber data yang diperoleh. Model yang digunakan dalam triangulasi ini adalah membandingkan sumber wawancara dengan observasi, membandingkan apa yang dikatakan seseorang secara pribadi dengan apa yang dikatakan di depan khalayak umum. Dari hasil perbandingan tersebut tentunya akan diperoleh perspektif, pendapat dan pemikiran yang akan menghasilkan kesimpulan dan memperkuat validnya data setelah dianalisis melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Metode (Teknik)

Triangulasi digunakan dalam hal untuk mengecek hasil dari sebuah penelitian dengan berbagai macam teknik pengumpulan yang

⁷⁹*Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 176.

berbeda berbeda yaitu dengan menggunakan berbagai metode yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga peneliti mendapatkan data yang akurat.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi ini digunakan dalam hal mempertimbangkan waktu pengumpulan data bisa hari, jam, waktu, pagi, siang. Karena waktu bisa mempengaruhi data yang diperoleh. Maka dari itu dalam pengecekan keabsahan data bisa dilakukan dengan pengujian observasi, wawancara atau dengan metode lain dengan waktu atau kondisi yang berbeda. Jika hasil pengujian mendapatkan data yang beda maka peneliti bisa melaksanakan pengujian secara berulang hingga memperoleh data yang pasti dan akurat⁸⁰

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸⁰ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 178.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik

1. Profil Sekolah

Penelitian ini bertempat di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik, beralamatkan di Jl. Sembungan Kidul, 16A Kec. Dukun Kab. Gresik, Kode pos 61155. Dengan NPSN 20582963. Telp. 081249850045. Email: mtsppiu.sch.id

2. Sejarah sekolah

MTs Ihyaul Ulum merupakan Lembaga Pendidikan yang bernafaskan Islam, dibawah pengelolaan Yayasan Pendidikan Islam Ihyaul Ulum didirikan pada tanggal 1 Januari 1951. Yayasan berlokasi di desa Sembungan Kidul, Dukun Gresik, Jawa Timur. YPIU merupakan salah satu Yayasan yang pendiriannya diprakarsai oleh KH. Ma'sum Sufyan dan para pengurus Nahdlatul Ulama (NU) Di Kecamatan Dukun Gresik. Para aktivis elit NU melihat bahwa pada saat itu, di lingkungan sekitar kecamatan Dukun belum ada Lembaga Pendidikan yang sesuai dengan keinginan masyarakat, yakni sekolah yang dapat melahirkan sebuah generasi yang menguasai pada ilmu keduniawian dan ilmu keukhrowian, padahal sesungguhnya masyarakat sangat mendambakan adanya Lembaga Pendidikan yang mengajarkan ilmu agama sekaligus ilmu umum yang sesuai dengan Standart Pendidikan Nasional.

KH. Ma'sum Sufyan mendirikan sebuah Yayasan mulai dari jenjang MI, MTs, dan MA. Dalam sebuah perjalanannya, keberadaan MTs Ihyaul Ulum mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dukungan dari elemen masyarakat selalu mengalir yang memperkuat eksistensi madrasah ditengah-tengah kehidupan masyarakat.

3. Motto, Visi dan Misi Sekolah

a. Motto

“Pribadi unggul berkarakter islami”.

b. Visi

Membentuk kader muslim unggul dalam ilmu, mulia dalam akhlak, terampil dalam bekerja, didukung dengan etos kerja yang tinggi, pengalaman yang luas, dan kemampuan berkomunikasi yang memadai.

c. Misi

- 1) Islamisasi ilmu pengetahuan dengan memadukan system Pendidikan formal dengan Pendidikan pondok pesantren.
- 2) Membekali anak didik dengan ilmu dan keterampilan yang luas.
- 3) Membentuk sifat, sikap, dan prilaku yang jujur, adil dan menghargai waktu.
- 4) Menggalang rasa kebersamaan, bakti terhadap sesama.

- 5) Mengikutsertakan siswa dalam membentuk suatu kultur budaya yang islami.

4. Jumlah Guru dan Karyawan Sekolah

a. Guru : 47 orang

b. Karyawan : 5 orang

5. Jumlah Sekolah

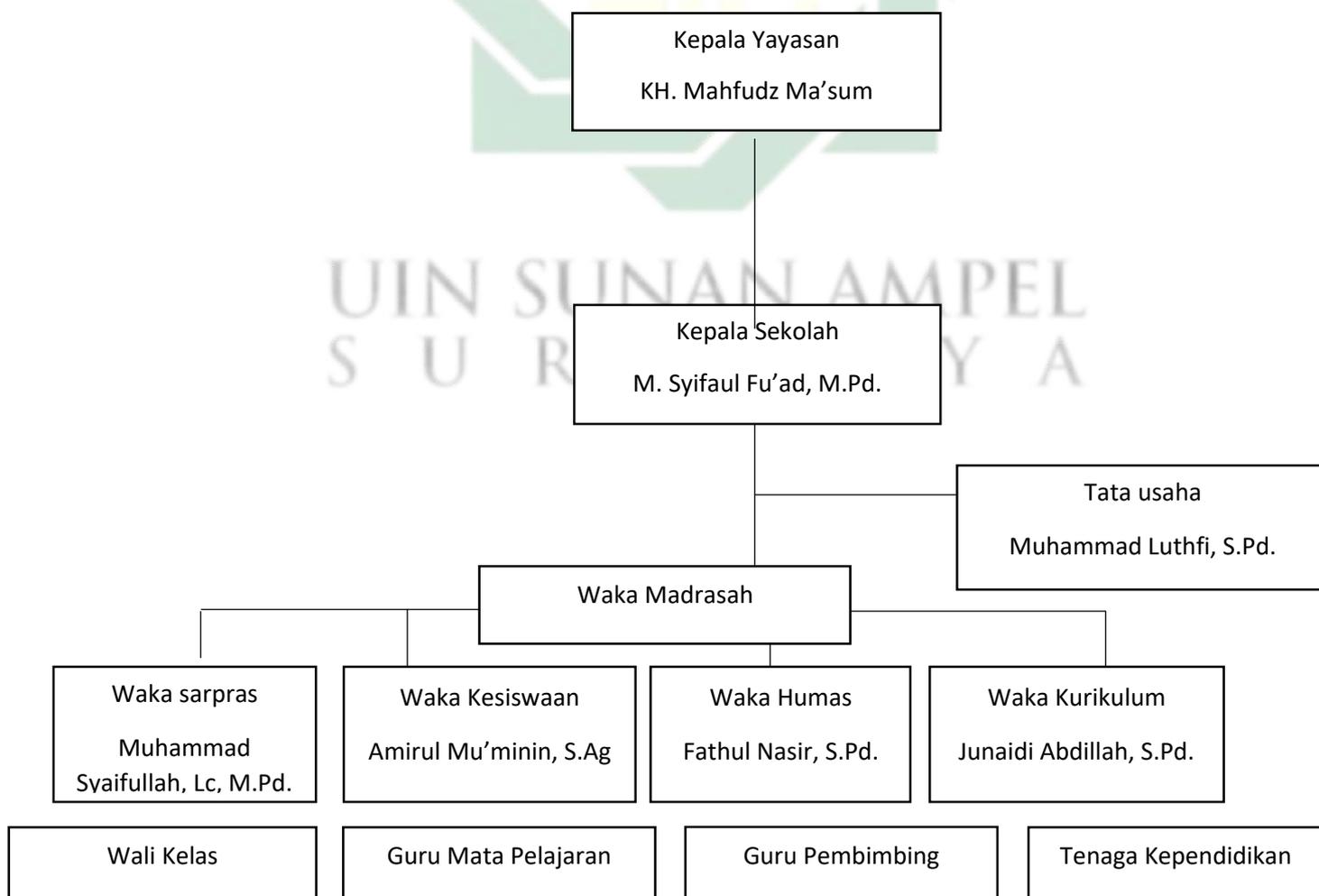
Tabel 4.1 Jumlah siswa MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik⁸¹

No	Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	VII A	18	13	31
2	VII B	16	13	29
3	VII C	17	14	31
4	VII D	18	13	31
5	VII E Bimpres	16	14	30
6	VII F Tahfidz	4	9	13
7	VIII A	13	16	29
8	VIII B	14	15	29
9	VIII C	12	17	29
10	VIII D	12	16	28
11	VIII E Bimpres	4	22	26

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bapak pak Fadholi, S. Pd TU MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

12	VIII F Tahfidz	2	2	4
13	IX A	14	14	28
14	IX B	13	13	26
15	IX C	13	14	27
16	IX D	14	13	27
17	IX E Bimpres	13	18	31
18	IX F Tahfidz	3	7	10
Jumlah		236	223	459

6. Struktur Sekolah

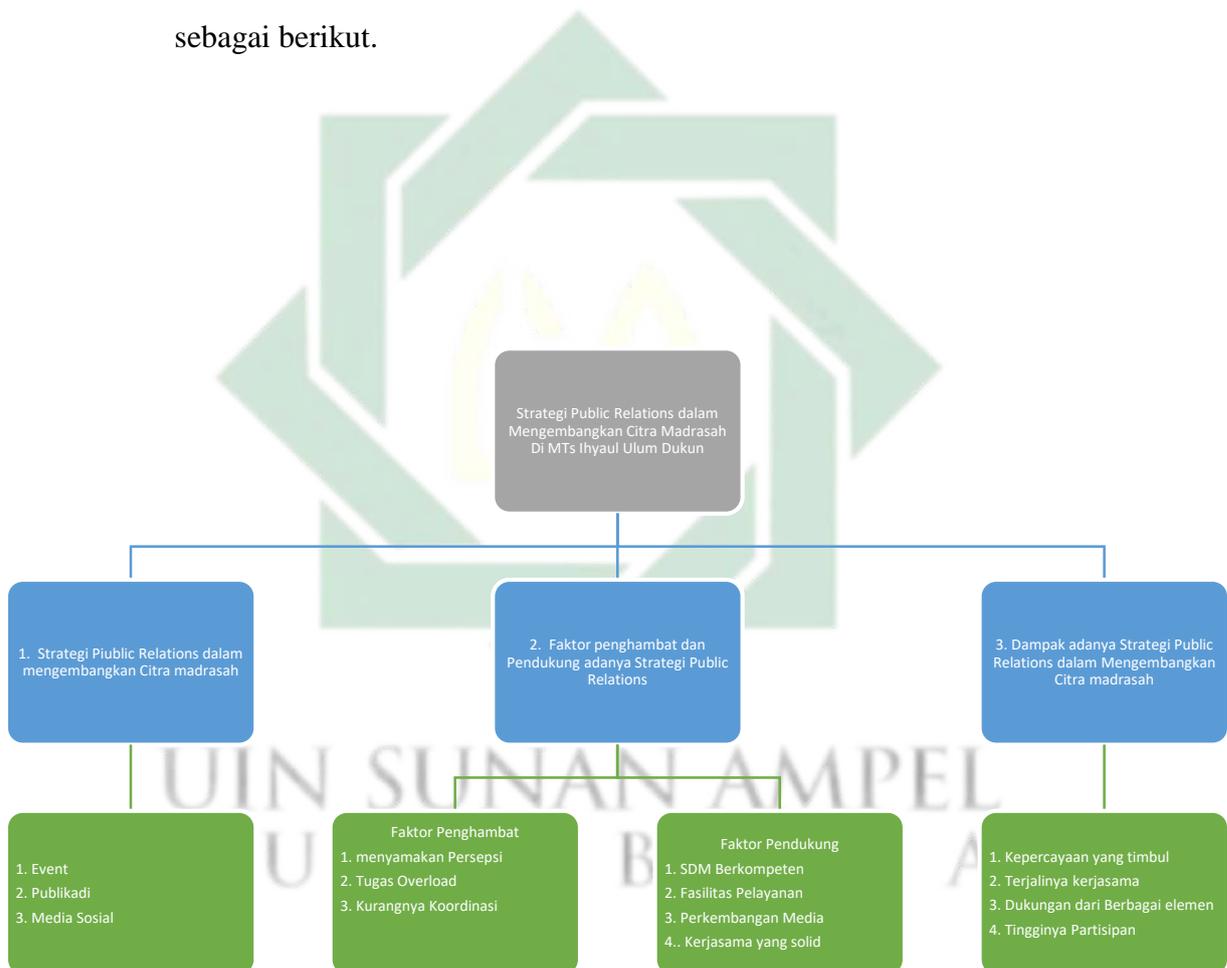


7. Fasilitas sekolah

- a. Ruang kepala sekolah
- b. Ruang kelas
- c. Ruang tata usaha
- d. Ruang guru
- e. Musholla
- f. Perpustakaan
- g. Aula
- h. Kamar mandi guru
- i. Kamar mandi peserta didik
- j. Gudang
- k. Lab. IPA
- l. Lab. Komputer
- m. Lab. Bahasa
- n. Ruang koperasi
- o. Ruang UKS
- p. Ruang BK
- q. Ruang OSIS
- r. Lapangan olahraga

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini merupakan hasil jawaban dari penelitian yang berisikan pembahasan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam fokus penelitian yang peneliti lakukan yakni mengenai strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah yang dapat dilihat dari peta konsep sebagai berikut.



1. Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah di MTs Ihyaul Ulum

a. Event

Dalam mengembangkan citra madrasah tak luput dari peran dan strategi humas dalam mengembangkan citra yang positif, salah satunya melalui event. Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Humas bapak Fatul nasir bahwa:

“Kita harus sering mengikut sertakan peserta didik dalam sebuah event perlombaan, memaksimalkan event yang ada sehingga madrasah dapat ikut serta event tersebut baik dari tingkat regional maupun internasional, itu sangat penting karena mencakup kualitas peserta didik dan menyangkut prestasi peserta didik. Sehingga ketika siswa-siswa sering mengikuti event maka pengalaman yang didapat akan semakin banyak. Dan rata-rata anak kelas bina prestasi yang sering kita ikutkan dalam sebuah event itu sudah dibina dalam program kelas bina prestasi”⁸²

Dari paparan diatas dapat diketahui bahwa salah satu strategi *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum yaitu dengan mengikutsertakkan para siswa-siswa dalam sebuah event berlombaan, baik dari tingkat regional, sampai tingkat internasional. Mayoritas siswa yang diikutsertakan dalam event perlombaan atau olimpiade adalah siswa-siswi kelas bina prestasi yang sudah dididik secara khusus untuk event perlombaan.

Seperti yang telah dikatakan oleh guru dari kelas Bina Prestasi bahwa

“Pada intinya prestasi yang diraih oleh siswa-siswi itu tak luput dari satu program unggulan yaitu program kelas bina prestasi. Program

⁸² Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

bina prestasi ialah sebuah kelas khusus bagi siswa yang memiliki keunggulan akademik. Kelas ini bertujuan untuk mendidik dan melatih siswa yang akan mewakili MTs Ihyaul Ulum dalam event lomba tingkat kabupaten, provinsi dan nasional. Mata pelajaran yang diajarkan yakni Bahasa Inggris, Bahasa Arab, IPA dan Matematika. Program Binpres dilaksanakan setiap hari Sabtu, Ahad, Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis.” Kelas VII pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis, kelas VIII pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis, dan kelas IX pada hari Sabtu, Ahad, Senin dan Selasa”.⁸³

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa adanya prestasi-prestasi akademik yang diraih oleh siswa itu tidak luput dari adanya salah satu program yang dapat menunjang prestasi akademik siswa yaitu program kelas bina prestasi. Program kelas bina prestasi merupakan program kelas khusus untuk siswa yang memiliki keunggulan lebih di bidang akademik yang bertujuan untuk mendidik dan melatih siswa yang akan mewakili MTs Ihyaul Ulum dalam event lomba di tingkat kabupaten, provinsi, dan nasional. Mata pelajaran yang diajarkan ialah mata pelajaran yang sering diadakan olimpiade yaitu matematika, IPA, bahasa inggris, dan bahasa arab. Program binpres dilaksanakan setiap hari Sabtu sampai Kamis. Untuk kelas VII pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis, kelas VIII pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis, dan kelas IX pada hari Sabtu, Ahad, Senin dan Selasa.

“Program kelas binpres ini kan dilaksanakan di jam pada waktu pulang sekolah. Lah dulu di MTs Ihyaul Ulum kelas binpres hanya ada 1 kelas disetiap kelas, ya di kelas VII ada 1 kelas, kelas VIII ada 1 kelas, dan kelas IX ada 1 kelas. Tapi dalam 4 tahun terakhir ini ada perubahan kelas binpres yaitu terdapat 2 kelas disetiap kelas, ya kelas

⁸³ Hasil wawancara dengan Ibu Laila Wirdati, S.Pd. Penanggung Jawab 2 Kelas Bina Prestasi MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

Sains dan Bahasa di setiap kelas VII, VIII, dan IX. Kelas sains terbagi 2 mata pelajaran, MTK dan IPA, lah kalau kelas Bahasa ada Bahasa arab dan Bahasa Inggris. Sebenarnya tidak jauh beda dengan sebelumnya karena kan mata pelajarannya tetap sama yaitu matematika, IPA, Bahasa arab dan Bahasa inggris, tetapi yang membedakannya itu durasi waktu dan jadwalnya. Kalau dulu itu kan satu hari ada dua mata pelajaran, durasi waktu 80 menit ya 40 menit mata pelajaran pertama dan 40 menit yang kedua. Dan setiap kelas itu ada jadwalnya selama 4 hari berturut-turut. Dan akhirnya ada beberapa pertimbangan jadi sekarang binpres diadakan 2 kelas yaitu sains dan Bahasa, kalau sains untuk 2 hari dan Bahasa 2 hari, masing-masing 40 menit. Ini bertujuan agar siswa tidak terlaui capek”⁸⁴

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa program kelas bina prestasi ini dilakukan pada siang hari setelah pulang sekolah. Dan kelas bina prestasi selama 4 tahun ini terdapat perubahan dari tahun-tahun sebelumnya yakni penambahan kelas yang mana dulu setiap kelas hanya ada satu kelas, namun selama 4 tahun terakhir ini setiap kelas terdapat 2 kelas yaitu kelas sains dan kelas Bahasa. Namun untuk mata pelajaran yang diajarkan tetap sama yaitu matematika, IPA, Bahasa inggris dan Bahasa arab, namun yang membedakan adalah jadwal hariannya. Dulu setiap pulang sekolah ada tambahan kelas bina prestasi setiap hari ada 2 mata pelajaran dengan durasi waktu 80 menit dan setiap kelas pelaksanaannya selama 2 hari. Sedangkan sekarang setiap hari hanya ada tambahan satu mata pelajaran dengan durasi 40 menit dan setiap kelas pelaksanaannya selama 4 hari, yakni 2 hari kelas sains 2 hari kelas bahasa. Hal ini

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Laila Wirdati, S.Pd. Penanggung Jawab 2 Kelas Bina Prestasi MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

dirasa lebih efektif karena kondisi dari siswa pun juga tidak terlalu capek.

b. Publikasi

Dari prestasi-prestasi akademik yang telah diraih oleh siswa kemudian dapat dipublikasikan melalui sosial media yang dimiliki oleh madrasah yang dikelola oleh humas. Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Humas bapak Fatul Nasir bahwa:

“Strategi humas di Mts Ihyaul Ulum yaitu dengan adanya prestasi-prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi MTs Ihyaul Ulum, kemudian siswa-siswi yang berprestasi tersebut dipublikasikan lewat sosial media yang dimiliki oleh lembaga seperti Facebook, Youtube, dan Instagram, selain itu juga penyebaran melalui story whatsapp yang dilakukan oleh para guru, alumni, dan wali murid. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan prestasi-prestasi akademik siswa MTs Ihyaul Ulum. Dan dari sinilah masyarakat dapat mengetahui bahwasanya telah banyak prestasi yang telah dicapai oleh siswa-siswi”.⁸⁵

Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa salah satu strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum adalah dengan adanya prestasi-prestasi akademik yang telah diraih oleh siswa. Kemudian dengan adanya prestasi tersebut dapat dipublikasikan melalui sosial media yang dimiliki oleh Lembaga seperti penyebaran pamflet di facebook, youtube, dan Instagram. Selain itu, untuk menjangkau penyebaran lebih luas dan merata hingga ke seluruh element masyarakat, penyebaran dapat dilakukan melalui story whatsapp para guru, alumni, dan wali murid, serta

⁸⁵Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

penyebaran banner di sekitar Lembaga. Dalam hal ini dapat memberikan informasi secara menyeluruh bahwa siswa di MTs Ihyaul Ulum mempunyai prestasi-prestasi akademik.

c. *Communications Involment* (Hubungan dengan Public)

Dari adanya kemenangan disetiap event perlombaan yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial baik facebook, youtube, Instagram dan story whatsapp dapat menimbulkan persepsi yang positif bagi publik. Seperti yang dikatakan oleh masyarakat sekitar yaitu bapak Sumber bahwa:

“Saya melihat perkembangan madrasah ini sangat pesat terutama dalam segi prestasi, dan saya mengetahui informasi tersebut melalui beberapa media dari madrasah, seperti banner yang dipasang didepan madrasah, Facebook ataupun youtube. Saya mengapresiasi dari banyak prestasi yang diraih selama beberapa tahun ini”⁸⁶

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi kemudian dipublikasikan melalui media sosial dapat menimbulkan persepsi yang baik dikalangan masyarakat. Hal itu juga dapat mempererat hubungan masyarakat sekitar dengan lembaga, selain itu juga dapat menambah relasi bagi pihak madrasah atau lembaga.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang saling berkesinambungan dan sangat berpengaruh dalam

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum yakni dengan adanya prestasi akademik yang diraih oleh siswa-siswi disetiap event perlombaan amapun olimpiade, kemudian dengan adanya publikasi mengenai prestasi siswa disetiap event, selain itu dari publikasi yang disampaikan kepada public menarik respon positif dari masyarakat. karena dengan banyaknya prestasi-prestasi akademik yang diraih oleh siswa sehingga kalangan masyarakat.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung adanya Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah

Dalam strategi public relation tentunya dapat terlaksana dengan baik jika humas atau public relation, serta seluruh warga sekolah baik internal maupun eksternal turut andil dalam pelaksanaannya. Dalam pelaksanaan strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah terdapat faktor yang menghambat serta mendukung terlaksananya strategi tersebut.

a. Faktor Penghambat

Dalam strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah selain adanya faktor pendukung, tidak dapat dipungkiri bahwa pasti terdapat faktor penghambat dalam suatu pelaksanaan.

1) Menyamakan Sebuah Persepsi

Seperti yang diungkapkan oleh waka humas, bahwa:

“Ada beberapa kesulitan dalam menyamakan persepsi antar guru dalam memutuskan suatu kebijakan itu hal yang

wajar dalam suatu Lembaga bisa diselesaikan dengan musyawarah”⁸⁷

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa faktor yang dapat menghambat strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah yaitu terdapat beberapa kesulitan dalam menyamakan persepsi antar pendidik dalam memutuskan sesuatu kebijakan.

2) Tugas Humas Menjadi Overload

“Mungkin sekarang yang menjadi agak kendala dari sisi tugas humas yang begitu banyak dikarenakan humas juga ikut andil dalam jam mengajar selama 5 hari full sehingga menguras tenaga yang lebih selain itu tugas saya ikuts serta dalam mengatur program kelas bina prestasi”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penghambat saat ini adalah banyaknya pekerjaan humas mulai dari mempromosikan madrasah, mengelola program unggulan seperti program bina prestasi, hingga mengajar kelas. Selain itu koordinasi yang menjadi penghambat strategi humas di madrasah, akan tetapi sekarang mulai diperbaiki oleh pihak madrasah.

3) Kurangnya Koordinasi

“Selain itu ada beberapa yang harus dibenahi dalam koordinasi patokan sebuah Lembaga tergantung koordinasi yang kuat antara atasan dan bawahan itu yang menjadi pekerjaan rumah

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

saat ini dan alhamdulillahnya dengan terus adanya perbaikan koordinasi mulai bisa dibenahi saat ini”

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor penghambat strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah yaitu kurangnya koordinasi dari setiap pendidik dan tenaga kependidikan.

b. Factor pendukung

Untuk mensukseskan setiap strategi yang diambil oleh humas atau public relation dalam meningkatkan citra madrasah, maka ada beberapa factor yang mendukung keberhasilannya.

1) Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompeten

Berikut adalah penjelasan dari waka humas yaitu:

“Sumber Daya Manusia mulai dari guru dan siswa sudah mulai bagus, guru-guru disini melalui penyeleksian secara ketat, serta antusias dari orang tua siswa terhadap madrasah juga bagus”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pendidik dan tenaga kependidikan di MTs Ihyaul Ulum sudah sesuai kualifikasi dan standar nasional Pendidikan, hal ini dapat dilihat dari proses penyeleksian pendidik.

2) Fasilitas Pelayanan

Berikut ini penjelasan dari Waka Humas

“Mekanisme kegiatan sudah bisa dikontrol dengan alat yakni kompoter, Lab, cctv, dan siswa sekarang tidak terpacu pada kertas sehingga memaksimalkan teknologi sekarang”⁸⁸

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas pelayanan yang ada di MTs Ihyaul Ulum yaitu mulai dari Lab, Komputer, cctv hingga proses belajar mengajar sudah menggunakan teknologi.

3) Perkembangan Media

Berikut ini penjelasan Waka Humas

“Perkembangan teknologi yang ada di MTs Ihyaul Ulum sudah dikatakan sangat baik dari tahun ketahun, media yang ada pada Lembaga ini mulai terkontrol dengan baik. Karena tuntutan zaman sekarang harus pintar dalam bermedia maka dari itu MTs Ihyaul Ulum memanfaatkan media Mulai dari Facebook, Instagram, Youtube, serta memanfaatkan media whatsapp sebagai area informasi ke Public.”⁸⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan media yang ada di MTs Ihyaul Ulum dari tahun ketahun perkembangannya sangat pesat karena informasi yang diberikan sekolah menggunakan media Facebook, Instagram, youtube dan Whatsapps sehingga informasi dapat terjangkau dengan luas.

4) Kerjasama yang solid

Berikut ini penjelasan dari Waka Humas

“disebuah Lembaga itu harus terciptanya kerjasama yang solid karena itu faktor penting dalam mengembangkan suatu Pendidikan, di MTs Ihyaul Ulum ini kekeluargaannya sangat kental, hal itu dapat menjadi modal utama terciptanya kerjasama yang baik”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa MTs Ihyaul Ulum mempunyai rasa kekeluargaan yang sangat erat, hal itu yang menjadi

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

point penting dalam mengembangkan suatu Lembaga Pendidikan. Dari eratnya kekeluargaan dalam suatu Lembaga, maka akan terjalin kerjasama yang solid antara pendidik dan tenaga kependidikan.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi factor pendukung dari adanya strategi public relation dalam meningkatkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum adalah adanya SDM atau pendidik yang sudah sesuai dengan kualifikasi atau standar yang mencakup baik dan bermutu serta peserta didik yang mampu memahami penjelasan dari pendidik dengan baik, adanya cctv yang dapat menjadi pengontrol setiap kegiatan peserta didik, pembelajaran atau sistem belajar mengajar yang sudah menggunakan computer atau laptop, menyebarkan informasi melalui media sosial serta kerjasama yang solid antara pendidik dan tenaga kependidikan.

3. Dampak Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah

Dalam setiap tindakan yang diambil, tentu akan memunculkan dampak dan akibat dari tindakan tersebut. Begitu juga dengan strategi yang diambil oleh humas atau *public relation* untuk meningkatkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum.

- a. Kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat semakin kuat.

Berikut ini penjelasan dari pihak Waka Humas

“Kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat di MTs Ihyaul Ulum butuh waktu dan proses yang lumayan. Dan kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat tak luput dari prestasi yang dicapai

MTs selama kurun waktu beberapa tahun ini. sedikit demi sedikit masyarakat mulai mengenal Lembaga ini. Dari situ kepercayaan yang timbul semakin kuat”⁹⁰

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa suatu kepercayaan yang timbul di masyarakat tak luput dari adanya prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh MTs Ihyaul Ulum, semenjak itu masyarakat semakin mempercayai kualitas dari Lembaga ini.

- b. Terjalin adanya kerjasama yang efektif antara pihak sekolah dan orang tua dari siswa-siswi.

“Bentuk kerjasama antara pihak sekolah dan pihak orang tua yakni melalui informasi media contohnya siswa-siswi yang mendapatkan juara nantinya ada bentuk sebuah panflet dimana panflet tersebut sebarluaskan melalui story wharssapp dari orang tua.”⁹¹

Uraian diatas ini dapat disimpulkan bahwa antara pihak sekolah dan orang tua siswa-siswi MTs Ihyaul Ulum memiliki kerjasama yang sangat kuat, contohnya dengan adanya kejuaraan yang diraih oleh siswa-siswi, maka orang tua ikut mempublikasikan melalui media whatsapp.

- c. Tingginya partisipan loyalitas pelanggan pengguna jasa Pendidikan

“Lembaga ini mempunyai ciri khas melalui beberapa program yang sudah dijalankan salah satunya yaitu bina prestasi, one day one surat dll. Itu semua merupakan bengkel Pendidikan. Maka dari itu orang

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

⁹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

tua akan selalu mempercayakan anak-anaknya untuk menempuh Pendidikan disini.”⁹²

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa dari beberapa program yang sudah dijalankan kemudian adanya prestasi akademik siswa dapat menumbuhkan kepercayaan dari orang tua terhadap Lembaga.

Dari beberapa uraian diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah yaitu dengan prestasi akademik yang diraih oleh siswa yang kemudian dipublikasikan melalui beberapa media sosial dapat memberikan dampak yang sangat bagus bagi pihak madrasah. Diantara dampaknya yaitu MTs Ihyaul Ulum sebagai salah satu madrasah percontohan di daerah Gresik terkait dengan program kelas bina prestasi, hubungan masyarakat dan pihak madrasah pun semakin baik dan jumlah siswa disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan peminatnya semakin menyebarluas mulai dari Lamongan, Tuban hingga Bojonegoro.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil analisis data mengenai strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah di

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Fatul Nasir, S.Pd. Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik Pada Tanggal 14 Februari 2022

MTs Ihyaul Ulum. Data tersebut akan disajikan sesuai dengan deskripsi hasil penelitian diatas.

1. Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah

Strategi public relation merupakan serangkaian tindakan mendasar yang dibuat dan diimplementasikan oleh sebuah organisasi yang ditujukan kepada masyarakat agar terciptanya hubungan yang baik antara lembaga dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik. Sebagai seorang public relation atau humas harus bisa menjadi publikator dan komunikator yang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik antara madrasah dengan masyarakat sehingga madrasah juga mendapatkan label yang baik atau positif dihadapan masyarakat.

Dan terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh public relations dalam mengembangkan citra positif di madrasah yaitu:

a. Event.

Event ialah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh para praktisi public relations dalam menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat.⁹³

Dengan mengikutsertakan para siswa-siswa dalam sebuah event perlombaan, baik dari tingkat regional, sampai tingkat

⁹³ Firasan Nova, *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapai Krisi, Mengelola Isu, Membangun Citra dan reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 54-55

internasional dapat membantu mengembangkan citra madrasah. Dalam hal ini mayoritas siswa yang diikutsertakan dalam event perlombaan atau olimpiade adalah siswa-siswi kelas bina prestasi yang sudah dididik secara khusus untuk event perlombaan.

b. Publikasi

Publications (Publikasi) merupakan sebuah ide ataupun cara dalam menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat dengan tujuan membentuk relasi yang kuat.⁹⁴

Salah satu strategi *public relation* dalam mengembangkan citra madrasah dengan cara publikasi yaitu adanya prestasi-prestasi akademik yang telah diraih oleh siswa. Kemudian dengan adanya prestasi tersebut dapat dipublikasikan melalui sosial media yang dimiliki oleh Lembaga seperti penyebaran pamflet di facebook, youtube, dan Instagram. Selain itu, untuk menjangkau penyebaran lebih luas dan merata hingga ke seluruh element masyarakat.

c. *Community involvement* (hubungan dengan publik)

Hubungan dengan publik ialah suatu hubungan atau relasi yang dibuat dengan para stakeholder yang ada di lingkup

⁹⁴ Firasana Nova, *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapai Krisi, Mengelola Isu, Membangun Citra dan reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 54-55

lembaga. Dalam suatu hubungan berkomunikasi dan koordinasi merupakan modal utama dalam mentransformasikan nilai-nilai dan tujuan dalam sebuah lembaga atau institusi, kepandaian dan kecakapan berkomunikasi dalam hal mempengaruhi dan mengambil simpati dari stakeholder yang menjadi tujuan tersebut.⁹⁵

Hubungan madrasah dengan publik terjalin sangat baik dan harmonis, hal itu dikarenakan adanya persepsi yang baik di kalangan masyarakat. Persepsi yang baik itu timbul karena adanya prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi kemudian dipublikasikan melalui media sosial. Selain itu juga dapat mempererat hubungan masyarakat sekitar dengan lembaga, dan dapat menambah relasi bagi pihak madrasah atau lembaga.

Dari beberapa strategi yang digunakan oleh public relation tersebut dapat mengembangkan citra positif madrasah mulai dari adanya program kelas bina prestasi, mengikuti event olimpiade atau perlombaan dan mendapatkan juara serta mempublikasikan kejuaraan melalui sosial media dapat dijadikan strategi dalam mengembangkan citra positif MTs Ihyaul Ulum di kalangan masyarakat.

⁹⁵ Firasan Nova, *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapai Krisi, Mengelola Isu, Membangun Citra dan reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 54-55

2. Faktor pendukung dan penghambat adanya Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah

a. Faktor penghambat

1) Persoalan pandangan yang berbeda⁹⁶

Salah satu faktor penghambat dari adanya strategi public relations di MTs Ihyaul Ulum yakni adanya beberapa perbedaan pendapat mengenai pelaksanaan program kelas bina prestasi yaitu perubahan jadwal dengan pertimbangan kondisi fisik peserta didik, jika peserta didik mengalami kelelahan, maka mata pelajaran yang diajarkan saat program kelas bina prestasi tidak akan bisa diterima oleh peserta didik dengan baik.

2) Tugas menjadi overload⁹⁷

Tugas yang diberikan kepada pihak humas cukup lumayan banyak sehingga menjadi banyak yang harus dikerjakan, salah satu faktor yang menjadi hambatan humas dalam mengembangkan citra madrasah yakni tugas yang overload. Sisi lain humas di MTs Ihyaul ulum juga mendapat jam untuk mengajar di kelas maka dari itu humas harus cerdas membagi waktu antara mengajar dan menjadi Waka Humas.

3) Kurangnya koordinasi dengan berbagai pihak yang bersangkutan.⁹⁸

⁹⁶ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

⁹⁷ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

⁹⁸ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

Terkadang dalam setiap Lembaga tak luput yang Namanya kurangnya koordinasi. Di MTs Ihyaul Ulum terdapat beberapa hambatan dalam menjalankan strategi public relations dari sisi koordinasi mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan.

b. Factor pendukung

1) Sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten

Sumber daya manusia yang berkompeten merupakan tenaga pendidik yang memang dari segi kualitas diatas rata-rata dan memiliki skill yang dapat diandalkan sehingga hasil yang mereka kerjakan sangat memuaskan.⁹⁹

Tenaga pendidik yang mengajar mata pelajaran program kelas bina prestasi merupakan tenaga pendidik yang berkualitas dan berkompeten. Tenaga pendidik program kelas bina prestasi sama dengan tenaga pendidik yang mengajar mata pelajaran saat di sekolah, dan mereka semua telah melalui proses seleksi tes sebelum diterima sebagai tenaga pendidik di MTs Ihyaul Ulum.

2) Fasilitas pelayanan

Fasilitas pelayanan yakni sebagai penyedia layanan baik dari fasilitas layanan computer, cctv, jaringan internet atau alat penunjang bagi peserta didik. Di MTs Ihyaul Ulum proses belajar mengajarnya sudah mulai menggunakan laptop, hal ini

⁹⁹ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

dapat mendukung proses belajar mengajar peserta didik baik itu di sekolah maupun saat program kelas bina prestasi. Adanya sarana prasarana laptop/computer, cctv dan internet dapat mendukung peserta didik dan pendidik dalam menjalankan aktivitas Pendidikan yang bermutu dan berkualitas.

3) Perkembangan teknologi dan media

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan kita dituntut untuk bisa mengikuti zaman maka dari itu teknologi yang berkembang kita harus semaksimal mungkin untuk membuat gebrakan baru melalui media yang pintar, baik dari promosi atau pengenalan media Lembaga.¹⁰⁰

Adanya teknologi dan media yang semakin canggih menjadi salah satu faktor pendukung strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah. Dari adanya prestasi-prestasi yang diraih oleh peserta didik dalam setiap event perlombaan atau olimpiade, maka setiap peserta didik yang mendapatkan juara akan dipublikasikan lewat sosial media serta papan reklame yang dipasang di lingkungan masyarakat sekitar. Serta dengan adanya teknologi pihak kepala sekolah dan para jajaranya dapat memonitoring secara langsung kegiatan belajar

¹⁰⁰ Gieka Sila, Peranan Public Relations dalam meningkatkan Kredibilitas Influencer pada Universitas Kebangsaan Bandung, Jurnal syntax Idea, Vol 2. No. 2, 4.

mengajar baik itu di sekolah ataupun program kelas bina prestasi melalui media cctv.

4) Kerjasama

Kerjasama merupakan serangkaian bentuk yang saling menopang, dari adanya kerjasama maka sangat berdampak terhadap citra sekolah.

Kerjasama dari para tenaga pendidik dalam mengajar peserta didik dalam program kelas bina prestasi serta humas yang selalu berusaha untuk memperbaiki system dan pelaksanaan program kelas bina prestasi agar semakin tahun semain baik dapat menumbuhkan kekompakan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

3. **Dampak Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Madrasah**

Dampak dari adanya citra positif terhadap sebuah Lembaga

ialah sebagai berikut:

- a. Kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat semakin kuat.
- b. Terjalin adanya kerjasama yang efektif antara pihak sekolah dan orang tua dari siswa-siswi.
- c. Adanya dukungan dan kerjasama dengan masyarakat.

- d. Tingginya partisipan loyalitas pelanggan pengguna jasa Pendidikan¹⁰¹

Dampak yang terjadi setelah pelaksanaan dari strategi public relation di MTs Ihyaul Ulum adalah banyak siswa yang berprestasi di bidang akademik maupun non akademik, hal ini ditunjukkan dengan kemenangan di setiap lomba atau olimpiade tingkat kabupaten, provinsi dan bahkan nasional. Selain itu, dengan adanya program kelas bina prestasi dapat menjadikan MTs Ihyaul Ulum sebagai salah satu madrasah percontohan di daerah Gresik terkait dengan program kelas bina prestasi, hubungan masyarakat dan pihak madrasah pun semakin baik dan mayoritas masyarakat pun banyak yang memberikan dukungan mengenai program bina prestasi, dan jumlah siswa disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan peminatnya semakin menyebarluas mulai dari Lamongan, Tuban hingga Bojonegoro.

Dari beberapa adanya dampak dari strategi public relation dapat diketahui bahwa public relation atau humas telah berhasil mengembangkan citra baik atau positif madrasah melalui beberapa strategi yang telah dilaksanakannya.

¹⁰¹ Siti Isnani Zahra dan Makmur Sukri, Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Madrasah di MTs Azzuhti Tanjung Morowa Kab. Deli Serdang, Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keislaman, No. 2. 2020

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada pembahasan kali ini peneliti berusaha menyajikan hasil penelitian yang didapat mengenai penelitian yang berjudul Strategi Public Relations dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Maka disini peneliti akan merumuskan kesimpulan antara lain:

1. Strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum yakni dengan adanya prestasi akademik yang diraih oleh siswa-siswi disetiap event perlombaan maupun olimpiade, kemudian dengan adanya publikasi mengenai prestasi siswa disetiap event, selain itu dari publikasi yang disampaikan kepada public menarik respon positif dari masyarakat. karena dengan banyaknya prestasi-prestasi akademik yang diraih oleh siswa sehingga kalangan masyarakat.
2. Faktor penghambat adanya strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik adalah terdapat beberapa kesulitan dalam menyamakan persepsi antar pendidik dalam memutuskan sesuatu yang berhubungan dengan kelas bina prestasi, tugas yang diberikan kepada pihak humas cukup lumayan banyak sehingga menjadi banyak yang harus dikerjakan, dan kurangnya koordinasi. Sedangkan faktor pendukungnya adalah adanya SDM atau

pendidik yang sudah sesuai dengan kualifikasi atau standar yang cukup baik dan bermutu serta peserta didik yang mampu memahami penjelasan dari pendidik dengan baik, adanya cctv yang dapat menjadi pengontrol setiap kegiatan peserta didik, pembelajaran atau sistem belajar mengajar yang sudah menggunakan computer atau laptop, serta adanya dukungan yang antusias dari orang tua peserta didik di setiap kegiatan sekolah terutama program bina prestasi.

3. Dampak dari adanya strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah yaitu siswa di MTs Ihyaul Ulum yaitu banyak siswa yang berprestasi di bidang akademik maupun non akademik, dengan adanya program kelas bina prestasi dapat menjadikan MTs Ihyaul Ulum sebagai salah satu madrasah percontohan di daerah Gresik, hubungan masyarakat dan pihak madrasah pun semakin baik dan jumlah siswa disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan peminatnya semakin menyebarluas mulai dari Lamongan, Tuban dan Bojonegoro.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terkait strategi public relation dalam mengembangkan citra madrasah di MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik, maka tanpa mengurangi rasa hormat peneliti memberikan saran dengan harapan agar adanya perbaikan kearah yang lebih baik lagi.

1. Untuk MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik

MTs Ihyaul ulum dukun gresik dalam mengembangkan citra madrasah diperlukan petugas tambahan untuk membantu Waka humas dalam menjalankan tugas humas, karena tugas humas di MTs Ihyaul Ulum cukup banyak yang harus dikerjakan. Dengan harapan dapat meringankan tugas dari Waka humas dan membuat MTs Ihyaul ulum terus bersaing sesuai dengan motto yakni pribadi unggul berkarakter islami.

2. Untuk penelitian selanjutnya

Pada penelitian ini terfokus pada strategi public relations dalam mengembangkan citra madrasah melalui beberapa strategi yang dijalankan oleh humas seperti program kelas bina prestasi, sehingga saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait strategi public relations yang lebih luas sehingga dapat menggali informasi secara keseluruhan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Admodiwiryo, Soebagio. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Ardidazya Jaya, 2010.
- Arikunto, Suharsimi dan Lia Yuliana. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media, 2008.
- Dokumentasi dari Facebook MTs Ihyaul Ulum [m.facebook.com/mtsppiu/](https://www.facebook.com/mtsppiu/). Diakses pada 1 maret 2021
- Dokumentasi dari Facebook MTs Ihyaul Ulum [m.facebook.com/mtsppiu/](https://www.facebook.com/mtsppiu/). Diakses pada 1 maret 2021
- Edi Suryadi, Edi. *Strategi Komunkasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018. hal 5-6.
- Indrioko, Erwin. *Membangun Citra Public dalam Lembaga Pendidikan Islam*. Vol. 9 No. 2, Juli 2015, 366.
- Juhji dkk. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung, 2020.
- Juhji dkk. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Khoiruddin dkk, "Peran dan Strategi Humas dalm Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam". *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol. 15, No. 2, 2016, 319.
- Kotler, Philip. *B2B Brand Manajemen*. Berlin: Springer, 2006.
- Masruroh, Zumrotul. *Manajemen Pendidikan Keterampilan (Vocational Skill)*. MAN Kembangawit, Muslim Heritage, 2016.

Menurut KBBI, Diakses Pada Tanggal 2 November 2021 Pada Link <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Strategi>

Nasution, Isna Andriyani. Peranan *Public Relations* dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza” Jurnal Warta, Juli 2019.

Nasution, Isna Asdiani. “Peranan Public Relation dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza”, Jurnal Warta, Juli 2019.

Ningsih, Israyati Trena. dan Henky Pramusinto. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMK YPE Sumiuh Kab. Banyumas”, *Economic Educations Analysis Journal*, Vol. 6 No. 2, 2017.

Oliver, Sandra. *Strategi Public relation*. Jakarta: Erlangga, 2006.

Peraturan Menteri agama No. 90 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah

Qomar, Mujamil. *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Erlangga, 2007.

Ruslan, Rosady. *Managemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Sulistyono. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Teras, 2009.

Wawancara dengan Bapak Fatul Nasir selaku Waka Humas MTs Ihyaul Ulum Dukun Gresik pada tanggal 27 Februari 2021 pukul 08.30 WIB

Zuhairini, sejarah Pendidikan Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 25

Ningsih, Srayati Tresna dan Hengky Pramusino, “Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMK YPE, Sumiuh Kab. Banyumas”, *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 6 No. 2, 2017, 409

Sulistiyorini. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Teras, 2009.

Menurut KBBI, Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2021 Pada Link <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Strategi>

Suryadi, Edi. *Strategi komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018.

Wheeleen dan Hunger. *Strategic Management ang Business Policy*. Prentice Hall, 2012.

Kuncoro, Mudrajat. *Strategi Bagaiman Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2006.

Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2007.

Hutapea. Strategi Pemerintah dalam Pembangunan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatra Utara tahun 2015, Jurnal Organissi Manajemen, Volume 4 No. 1, 2007

Rahmadi, *Public Relations*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Soemirat, Soleh. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Umam, Khaerul. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.

Ridha, Wahyu. Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Excellent Islamic School (EXISS) ABATA, Skripsi, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2014), h. 14.

Uraian Pokok Tenaga Administrasi (Berdasarkan Permendiknas RI No. 24 Tahun 2008 tentang Standar Tenaga Administrasi Sekolah)

Krisyantono, Rahmat, *Riset Komikasi*. Jakarta Kencana Media Group, 2008.

- Saputra, Wahidin dan Rully Nasrullah. *Public Relations 2.0 teori dan praktek Public Relations Era Cyber*. Bekasi: Gramata, 2011.
- Iriantara, Yossal. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
- Nova, Firasan. *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapai Krisi, Mengelola Isu, Membangun Citra dan reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Ardianto, Elvinaro. *Public Relations suatu Pendekatan Praktis “Kiat Menjadi Komunikator dalam Berhubungan dengan Publik dan Masyarakat”*. Jakarta: Pustaka Bani Quraisy, 2009.
- Elvinaro, Ardianto. *Handbook Off Public Relations, Penghantar Komprehensif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Makmun, Abin Syamsudin. *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Bandung: Pustaka Eduka, 2010.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offse, 2013.
- Anggoro, Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Suryana. *Metodologi penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Susanto, Victorianus Aries. *Strtegi dan Langkah-langkh Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa barat: CV jejak, 2018.

- Suryana. *Metodologi penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Sayyidah, Nur. *Metode Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapan dalam Penelitian*. Taman Sidoarjo: Zifatama Jamwara, 2018.
- Zet, Mestika. *Metode Penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.
- Salim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cipustaka Media, 2012.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R and D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Wijaya, Umhati hengky. *Analisis Data Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Suzana Claudia Setiana, 2020.
- Kusumantini, Adhi dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A