



Strategi Komunikasi Digital dalam Membentuk Opini Publik untuk Mendukung Brand Image Madrasah Aliyah Nurul Jadid

Abdullah¹, Jamilatul Maisyarah²

^{1,2}Universitas Nurul Jadid Probolinggo, Indonesia

E-mail: abdullah060376@gmail.com, jamilatulmaisyyaroh10@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-12-03 Revised: 2024-01-15 Published: 2024-02-03 Keywords: <i>Komunikasi; Public Relation; Brand Image.</i>	In education today, there are many new things that have developed along with the times. So then the services provided to consumers must be good in accordance with community needs, one of which is developing relationships with the community (public relations). The aim of this research is to reveal the management of communication within educational institutions with internal and external communities based on technology. In this way, educational institutions can compete fiercely in improving the brand image of madrasahs. The method used in this research is descriptive qualitative analysis through observation and interviews. The object involved is the public relations department in the Madrasah Aliyah Nurul Jadid educational institution. This research analyzes the communication relationships carried out by the school with the madrasah community and with the outside community. Judging from current developments, what the Madrasah Aliyah Nurul Jadid educational institution is doing in the field of public relations is using technological tools as a connector in terms of communication which is expected to be more effective than before.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-12-03 Direvisi: 2024-01-15 Dipublikasi: 2024-02-03 Kata kunci: <i>Komunikasi; Publik Relation; Brand Image.</i>	Dalam pendidikan saat ini sudah banyak hal-hal baru yang berkembang seiring dengan berkembangnya zaman pula. Maka kemudian pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat, salah satunya yaitu dalam pengembangan hubungan terhadap masyarakat (public relations). Tujuan penelitian ini yaitu mengungkapkan pengelolaan terjalannya komunikasi didalam lembaga pendidikan dengan para masyarakat internal maupun eksternal yang berbasis teknologi. Dengan demikian lembaga pendidikan dapat bersaing dengan ketat dalam meningkatkan brand image madrasah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis kualitatif melalui observasi dan wawancara. Objek yang dilibatkan yaitu pada bagian kehumasan dalam lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Penelitian ini menganalisis mengenai hubungan komunikasi yang dilakukan oleh pihak sekolah dengan masyarakat madrasah maupun dengan masyarakat luar. Dilihat dari perkembangan zaman saat ini maka yang dilakukan oleh lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Nurul Jadid dalam bidang humas yaitu menggunakan alat teknologi sebagai penyambung dalam hal komunikasi yang diharapkan bisa lebih efektif dari sebelumnya.

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam pengembangan diri manusia dan membentuk karakter manusia seutuhnya. Pendidikan akan dapat meningkatkan sumber daya manusia yang beradab dan berkualitas (Pramungkas, 2020), (Nur Islami et al., n.d.), (Baro'ah, 2020). Pendidikan di Indonesia sudah banyak berkembang dengan adanya lembaga pendidikan yang menyebar diberbagai penjuru, salah satu faktor peningkatan jumlah pelajar diberbagai lembaga pendidikan yaitu karena adanya proses penyebaran informasi yang dikelola oleh masing-masing lembaga tersebut. Dalam suatu organisasi ataupun Lembaga Pendidikan mencakup unit-unit komunikasi

dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya lalu beroperasi dalam suatu lingkungan (Pranawukir, 2021a), (Muspawi et al., 2023).

Lembaga pendidikan merupakan agen perubahan dan tempat pengetahuan diwariskan kepada generasi penerus bangsa, apalagi di era globalisasi saat ini dimana persaingan semakin meningkat dan juga pesatnya perkembangan teknologi menuntut lahirnya generasi penerus yang mampu berpikir kritis dan lebih cerdas dengan perubahan yang terjadi saat ini, baik lembaga pendidikan formal maupun informal mendapat mandat keilmuan untuk menjawabnya (Mutiaras Cendekia Sandiyakala, 2020), (Al-Ghazali, 2018). Sherry Turkle mengungkapkan

bahwa era digitalisasi saat ini sudah memiliki hasrat untuk selalu terhubung (always online) yang dipengaruhi oleh adanya media sosial dan dunia maya, sehingga menimbulkan ketergantungan seseorang terhadap piranti canggih yang dapat mengakses segala kebutuhan serta untuk tetap bisa terhubung dengan orang lain (Gutandjala, 2019).

Menurut Donelly strategi yang digunakan dalam komunikasi Pendidikan adalah yang mampu untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luar juga dapat dengan mudah diterima oleh setiap anggota manajemen puncak atau juga setiap karyawan Pendidikan (Pranawukir, 2021b). Mengingat ketergantungan masyarakat luas pada berjalannya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Novianti Indah Putri et al., 2022), lembaga pendidikan tidak melewatkan kesempatan tersebut sebagai ajang promosi untuk menarik masyarakat bergabung dengan lembaga pendidikan. Dalam situasi ini humas berfungsi untuk membina hubungan masyarakat yang positif sebagai proses peningkatan hubungan publik terhadap adanya hubungan yang harmonis. Oleh karena itu adanya humas diperlukan untuk menjembatani kesenjangan antara masyarakat dan sekolah (Ali et al., 2022), (Hakim, 2019), (Annisafitri & Toni, 2022). Terbentuknya humas sudah lama diadakan yaitu sebagai profesi teknis dan alat publikasi hingga beberapa dekade para pakar humas berlomba-lomba untuk melembagakan hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen strategis dalam sebuah organisasi (Yue & Yue, 2019). Salah satu ayat tentang hubungan masyarakat yang tercantum dalam al-qur'an surat Ali Imran ayat 112 (Mashur Alhabsyi, 2022). Dari ayat tersebut menitikfokuskan pada kata hubungan (habl), termasuk juga pada hubungan masyarakat, dilihat dari tiga macam hubungan yang ada dalam syari'at islam yaitu hubungan dengan Allah, manusia dan alam (Munir et al., 2022). Dalam hubungan tersebut tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya komunikasi jadi akan lebih baik suatu lembaga jika terdapat hubungan komunikasi antar lembaga dan masyarakat.

Madrasah merupakan tempat berlangsungnya proses pendidikan yang harus selalu bertransformasi mencari formulasi dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan zaman yang terus berkembang, sehingga dapat bersaing secara etis dalam memperjuangkan mutu madrasah berdasarkan tujuan pendidikan serta kepuasan pelanggan (Roziqin et al., 2018), (Ahmad

Miftahun Ni'am, 2022). Lembaga pendidikan yang memiliki brand image yang baik akan mudah diterima dan diikuti oleh para penduduk lingkungan internal sekolah maupun eksternal, karena semakin baik brand image yang disandang oleh suatu lembaga maka semakin baik pula ketertarikan dan perhatian masyarakat untuk memilih lembaga tersebut. Para pengelola lembaga pendidikan juga harus terus berinovasi dan berpikir kritis untuk menemukan ide baru untuk dapat mempertahankan keunggulan dan mengembangkan madrasah mereka sesuai dengan tuntutan zaman sehingga mereka dapat bersaing dalam perebutan label dan memenuhi kepuasan pelanggan (Diana et al., 2020).

Dalam organisasi khususnya di Lembaga Pendidikan, komunikasi dengan khalayak luar atau komunikasi eksternal itu merupakan tugas dari Public Relation (Candra Guzman & Oktarina, 2018), (Dr. Irene Silviani, 2020). Lembaga pendidikan yang bercitra baik adalah lembaga pendidikan yang memiliki hubungan masyarakat yang luas tidak hanya dengan orang tua peserta didik, tetapi juga yang dapat menjalin komunikasi yang baik dengan dunia luar seperti membangun hubungan dengan masyarakat sekitar sekolah dan juga kepada pemerintah, sebab hal ini dapat dikembangkan secara bermakna melalui kegiatan humas karena komunikasi kooperatif terjalin diseluruh lapisan masyarakat (Septiana & Sholeh, 2021), (Yusuf et al., 2022). Jika sistem komunikasi sudah terjalin dengan baik antara masyarakat dengan Lembaga pendidikan Islam, maka akan membawa dampak positif pada masyarakat kearah yang lebih maju dan mampu membuat perubahan (Malik et al., 2019). Saat ini sangat diharapkan para ahli di-bidang humas bisa memetakan dan mengetahui kondisi dalam organisasi ataupun dalam lembaga pendidikan, termasuk juga ketika menghadapi bermacam keinginan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tersebut termasuk dengan masyarakat (Lestari et al., 2023).

Alan Suud Maadi, dalam jurnalnya mengemukakan bahwa perkembangan teknologi menyebabkan percepatan pertukaran budaya antar bangsa (Hermansyah, 2021a). Maka dari itu jika dipandang dari era digitalisasi saat ini peran humas dalam suatu lembaga pendidikan harus direalisasikan lebih meluas lagi. Melihat pada zaman ini juga terdapat alternatif baru yaitu media online yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi, termasuk dalam humas (Fahruriza & Muflihin, 2019). Peran humas dalam lembaga pendidikan mempunyai tempat

strategis yang dapat membangun citra lembaga Informasi. Melalui digital akan membuat citra lembaga akan semakin baik dimata masyarakat namun hal ini tentunya juga dilihat bagaimana lembaga tersebut dapat mengelola opini public dengan baik pula sehingga nanti dapat mempengaruhi publik internal maupun eksternal (Mustaqim et al., 2021). Komunikasi digital juga dapat meningkatkan mutu layanan suatu lembaga mengingat teknologi informasi dan digitalisasi memiliki dampak besar terhadap ekonomi, perilaku, struktur organisasi dan strategi yang sudah diterapkan dimasa kini (Hermansyah, 2021b).

Salah satu tujuan dari adanya public relations yaitu untuk mendapatkan opini positif dari masyarakat luar (Rahayu, 2022). Sedangkan opini public yang diberikan oleh suatu lembaga kepada masyarakat baik eksternal maupun internal harus bisa memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumennya dan bisa menarik masyarakat untuk ikut serta dalam pengembangan lembaga tersebut. Tanpa peran dari masyarakat, lembaga pendidikan tentu saja akan timbang sebelah dan membosankan serta sulit berkembang, sehingga keikutsertaan masyarakat dapat dibentuk sebagai pelayanan jasa multifungsi, khususnya dalam bidang pendidikan (Wahyuni, 2018). Maka dari itu pada era digitalisasi ini merupakan kesempatan bagi Lembaga Pendidikan untuk mempublikasikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat internasional, dengan cara meng update data dan informasi (Hermansyah, 2021a).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Madrasah Aliyah Nurul Jadid (MANJ) Paiton Probolinggo salah satu madrasah yang berada dalam ruang lingkup Pondok Pesantren Nurul Jadid. Pondok Pesantren Nurul Jadid sendiri sudah banyak menerapkan manajemen kehumasan yang setiap tahunnya semakin berkembang, begitu pula pada lembaga-lembaga yang berada dalam naungannya (Putridiyanti, 2023), terkhusus pada lembaga Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Layanan yang diberikan dalam menginformasikan perkembangan madrasah beriring dengan berkembangnya zaman pula, MANJ mempunyai website guna mempermudah stakeholder untuk mengorek informasi dan berkomunikasi lebih dalam mengenai segala macam kegiatan maupun program-program yang berada dalam madrasah tersebut. Sistem komunikasi yang digunakan yaitu berbasis ICT yang dijalankan oleh bagian infokom dibawah pengelolaan humas, dari tenaga pendidikan

maupun peserta didik semua diharuskan untuk mempelajari sistem ICT tersebut untuk mempermudah proses komunikasi dengan khalayak luar maupun pada proses pembelajaran yang juga berbasis ICT. Seperti yang sudah ditetapkan pada sasaran kegiatan MANJ poin ke 3 yaitu meningkatkan kemampuan tenaga pendidik dalam menggunakan ICT untuk efektifitas pembelajaran dikelas, dan juga terdapat pada tujuan dari madrasah yaitu terdapat pada poin ke 2 meyiapkan siswa untuk mempunyai skill atau keterampilan khususnya dalam bidang ICT agar mampu bersaing baik di tingkat nasional maupun tingkat global (Humas MANJ, 2007). Dengan demikian, dari adanya tuntutan masyarakat akan peningkatan kualitas madrasah maka salah satu hal yang dilakukan oleh MANJ yaitu dengan menyebar segala informasi terkait dengan lembaga tersebut yang diolah oleh bagian humas dengan opini public yang dapat memuaskan masyarakat sehingga dapat berpengaruh juga terhadap image madrasah.

Pada awal mulanya MANJ menggunakan weblog blongspot.com namun dengan berjalannya masa ke masa dan meningkatnya kualitas layanan yang diberikan madrasah kepada masyarakat para pengurus bagian Humas berhasil membuat web sendiri yaitu dapat dilihat di www.manuruljadid.sch.id. Konsep situs yang dibuat di website MANJ ini tak lain dipergunakan untuk menjembatani layanan informasi dan komunikasi antara madrasah dengan masyarakat khususnya para wali santri, siswa, guru, pengelola lembaga dan alumni Pondok Pesantren Nurul Jadid (Humas Manj, 2008). Lalu bagaimana pengelolaan yang dilakukan MANJ dalam menjalin komunikasi digital antara madrasah dengan seluruh lapisan masyarakat umum?

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian yang berbasis deskriptif yang berupaya menggambarkan berdasarkan fakta-fakta yang ada. Metode kualitatif menjadi pilihan yang tepat untuk penelitian ini karena cenderung menggunakan analisis. Landasan teori ini digunakan sebagai pedoman agar arah penelitian konsisten dengan kenyataan dilapangan serta menjadi gambaran umum terkait latar penelitian. Dilakukannya penelitian menggunakan metode kualitatif ini untuk menghasilkan pembahasan dan gambaran yang factual dan akurat terkait fakta-fakta yang terjadi dilapangan serta adanya hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Pendidikan MA. Nurul Jadid Paiton Probolinggo

dalam perkembangan dibidang humasy, yang sudah bisa dikatakan berjalan secara efektif dengan perkembangan yang dilakukan dari tahun-tahun sebelumnya. Latarbelakang adanya penelitian ini tak lain untuk membahas lebih dalam tentang strategi humas dalam ranah Pendidikan dengan mengikuti zaman digital, yang bertujuan untuk meningkatkan brand image Lembaga pendidikan agar menjadi Lembaga yang unggul dan berkualitas. untuk itu peneliti memerlukan data-data yang valid serta bahan untuk dianalisis dengan melakukan tinjauan langsung ke lokasi penelitian sehingga dapat tercapai apa yang menjadi fokus peneliti sesuai dengan yang sudah diajukan,

Adapun Teknik pengumpulan data dan instrument penelitian ialah dengan observasi dan wawancara. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis serta mengobservasi Lembaga Madrasah Aliyah Nurul Jadid serta melakukan wawancara terhadap beberapa tenaga kependidikan khususnya yang berada dibidang kehumasan. Wawancara di lakukan secara tidak terstruktur namun terfokus secara mendalam (indepth interview).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi digital disebut pula komunikasi online. Komunikasi digital artinya komunikasi berbasis personal computer mengirim serta mendapatkan pesan atau bertukar fakta lewat platform. Konsep komunikasi digital selalu berkembang tergantung pada inovasi dan penemuan indera berbasis teknologi internet (Pipit Eko Priyono, 2022). Komunikasi digital memungkinkan lembaga pendidikan untuk mencapai audiensnya secara lebih luas dan lebih cepat. Pesan-pesan dapat disampaikan kepada siswa, orang tua, guru, dan staf administratif tanpa terkendala oleh jarak geografis. Pada penelitian ini peneliti menguraikan strategi komunikasi yang dikelola oleh Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Sebuah madrasah yang terakreditasi A (Unggul) sejak akhir tahun 2005, terhitung mulai tanggal 19 Januari 2006. Sebuah Lembaga Pendidikan yang berada dalam naungan Pondok Pesantren Nurul Jadid. Memiliki sebuah tantangan besar yaitu persaingan kualitas Pendidikan ditingkat global.

Salah satu upaya dalam mengembangkan kualitasnya MANJ mengelola komunikasi antara madrasah dengan masyarakat luar harus terjalin dengan baik dengan tujuan agar mendapat citra yang baik dimata publik, maka dari itu bagian yang paling berperan dalam pengelolaan

komunikasi tersebut adalah bidang humas madrasah. Tugas dari humas adalah menyebarluaskan informasi dan memberikan pengertian tentang madrasah tersebut untuk menciptakan pemahaman yang sebaik-baiknya bagi seluruh elemen masyarakat luar (Habib et al., 2021). Dalam meningkatkan kualitas yang baik MANJ mengembangkan lembaganya sesuai dengan perkembangan zaman pula. Salah satunya yaitu pada layanan komunikasi dengan menggunakan alat elektronik untuk dapat menyebar luaskan informasi ataupun komunikasi dari pihak Lembaga kepada masyarakat luar. Seiring berjalannya waktu staf pada bagian humas di MANJ telah mampu mengembangkan perangkat sebagai alat komunikasi dan informasi.

Pada mulanya dalam menjalin komunikasi terutama dengan wali santri, informasi dan komunikasi pesan yang disampaikan yaitu secara verbal lebih cenderung statistik dan hanya temporer, seperti ketika ada momentum rapat besar dengan para wali santri serta penduduk Lembaga Pendidikan itu sendiri, disana pihak madrasah saling shering serta menyampaikan beberapa hal terkait dengan kondisi sekolah, pembayaran, pelaksanaan ujian dan lain sebagainya. Namun dengan penyediaan alat elektronik MANJ mulai menggunakan strategi ICT yang dijalankan oleh bagian infokom yang berada dibawah pengelolaan Humas. MANJ memiliki tim humas terstruktur yang berada dibawah pimpinan kepala madrasah sebagai wakil kepala madrasah (WKM) bidang humas. Mereka yang memegang kendali atas terjalinnya komunikasi antara pihak madrasah dengan masyarakat. Perkembangan yang dilakukan dalam menjalin komunikasi yaitu dengan memanfaatkan akun media sosial yang dimiliki oleh MANJ sendiri yang disediakan untuk para masyarakat umum termasuk wali santri dan alumni.

Pada penyampaian pesan dengan audio visual yaitu ditampilkan di medsos seperti, YouTobe, Facebook, Instagram. Sedangkan komunikasi yang sangat sering dilakukan MANJ dengan masyarakat luar terutama wali santri yaitu dengan menggunakan WhatsApp, dari sana madrasah dengan para wali santri dapat saling berkomunikasi secara pribadi ataupun kelompok (grup) dan dalam setiap kelas memiliki grup masing-masing antara wali santri yang dikelola oleh wali kelasnya, jadi jika terdapat pertanyaan atau informasi yang ingin diketahui oleh wali santri maka dapat disampaikan digrup tersebut. Namun penyampaian pesan dalam bentuk

literasi atau tulisan disediakan diwebsite <https://www.manuruljadid.sch.id/> yang sudah dimiliki oleh humas MANJ sejak tahun 2008 sebelum punya rumah sendiri MANJ “ngontrak” di weblog blogspot.com. Di situs web tersebut sudah disediakan informasi penting terkait kegiatan sekolah, jadwal, berita terkini, pengu-muman, dan kontak.

Selain itu dalam menjalin komunikasi MANJ juga menyediakan dalam bentuk buletin yaitu dikenal dengan “Kharisma” yang disusun oleh tim redaksi dari siswa/siswi MANJ sendiri. Namun kharisma ini hanya di khususkan kepada masyarakat yang ada didalam Pondok Pesanten Nurul Jadid saja terutama para santri aktif karena mereka tidak bisa mengakses internet secara bebas, maka dari buletin ini mereka dapat mengetahui informasi yang ada di MANJ seperti berita terkini, prestasi siswa, profil guru dan siswa, pencapaian yang didapat, dan lain sebagainya.

Dengan penggunaan dua alat komunikasi diatas humas MANJ sangat memaksimalkan pelayanan komunikasi madrasah dengan masyarakat umum baik internal maupun eksternal. Jika media social yang dimiliki oleh MANJ yang dikelola oleh bagian humas selalu diupdate berdasarkan keadaan dalam madrasah akan menghantarkan madrasah semakin dipandang dimata publik. Setiap waktu akan semakin meningkat dengan adanya perubahan tren pada ruang lingkup media digital, namun MANJ tetap mengedepankan koordinasi diantara pengurus sesuai tupoksinya dan sepengetahuan pimpinan. Dalam pengelolaan komunikasi digital yang sudah berjalan dengan efektif MANJ memiliki tantangan tersendiri, yaitu sebagaimana yang diungkapkan oleh kepala humas yaitu publikasi digital ini tidak bisa membidik seluruh masyarakat apalagi yang belum melek IT. Jadi pengembangan yang dilakukan oleh humas MANJ yaitu bagaimana seluruh lapisan masyarakat dapat menerima informasi dan komunikasi dengan baik. Mereka memilih strategi humas dengan menggunakan media social agar terjalannya komunikasi dapat tersebar luaskan baik kepada masyarakat yang sudah paham akan dunia digital, namun untuk masyarakat yang masih ketinggalan zaman yang dipandang sudah di didik oleh individu yang sudah memahami dunia digital. Sedangkan dalam mengelola dan merespon umpan balik yang diterima madrasah melalui media social/platform digital lainnya bagian humas melibatkan unsur jajaran pengurus untuk turut terlibat dalam memberikan respon,

namun tetap mengedepankan koordinasi di antara pengurus sesuai tupoksinya dan juga tidak lepas dari pantauan pimpinan. Jadi jika respon tersebut berkaitan dengan bidang tertentu maka bagian humas akan bekerja sama atau melibatkan pengurus pada bidang tersebut untuk memberikan respon sesuai dengan yang diungkapkan oleh masyarakat.

Dalam hal ini objek dari komunikasi yang dikelola oleh humas MANJ adalah masyarakat umum dan juga Lembaga Pendidikan tingkat SLTP. Maka dari itu yang sering dipublikasikan oleh bagian humas adalah keunggulan-keunggulan yang terdapat di MANJ, seperti ekstrakurikuler dan program unggulan lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk menarik para siswa menengah pertama (SLTP) agar tertarik untuk ikut bergabung dengan Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Seperti halnya humas memberikan informasi terkait kegiatan dan prestasi akademik dan non akademik madrasah.

Opini public yang baik yaitu dengan penyampaian yang jelas, mudah dimengerti, dan relevan untuk target audiens. Pemahaman yang baik tentang Lembaga biasanya merupakan langkah pertama menuju opini public yang positif. Dalam pengelolaan opini public MANJ menyesuaikan dengan kondisi masyarakat yang sedang dihadapi baik itu masyarakat luar maupun yang ada dalam Pondok Pesantren. MANJ memberikan opini public dengan baik kepada seluruh lapisan masyarakat seperti kepada wali santri, karyawan, staff, siswa atau siswi, pemerintah dan kepada dewan pimpinan Pondok Pesantren Nurul Jadid. Hal ini memerlukan pendekatan yang holistic dan strategis, memerlukan sifat komunikasi yang terbuka dan transparansi. Mengelola opini publik adalah proses berkelanjutan yang membutuhkan konsistensi dan kesabaran. Melibatkan semua stakeholder, memahami kebutuhan masyarakat, dan terus meningkatkan kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan brand image lembaga secara keseluruhan. Jika Lembaga tersebut sudah menunjukkan opini public yang positif maka hal itu dapat meningkatkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk orang tua siswa, komunitas lokal, dan lembaga-lembaga terkait.

Dukungan ini dapat membantu madrasah dalam pengembangan program pendidikan, fasilitas, dan sumber daya lainnya. MANJ termasuk salah satu Lembaga Pendidikan yang memiliki Brand Image yang baik, memiliki beberapa jurusan atau peminatan yang banyak

diminati oleh kebanyakan siswa dan setiap jurusan memiliki keunggulan-keunggukan serta karakternya masing-masing, hal tersebut merupakan factor yang mendukung Brand Image Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Salah satu program yang banyak diminati adalah peminatan unggulan yaitu Keagamaan atau MAK, Unggulan IPA, dan ekstrakurikuler Desain Grafis. Program keunggulan tersebut semakin tahun semakin meningkat dan dikelola dengan sebaik mungkin oleh pihak madrasah, maka dari itu bagian humas pun ikut serta dalam membuat informasi terkait dengan program-program unggulan tersebut agar semakin dikenal oleh masyarakat luar dan menjadikan brand image madrasah semakin meningkat. Jika Madrasah sudah memiliki Brand Image yang bagus maka akan cenderung lebih menarik bagi calon siswa. Citra yang positif dapat menjadi factor penentu dalam keputusan siswa dan orang tua saat memilih Lembaga Pendidikan. Pendidikan saat ini sudah diakui masyarakat sebagai kebutuhan.

Setiap program dilembaga pendidikan pasti mengalami pasang surut maka dari itu MANJ tidak lupa selalu melakukan evaluasi disetiap divisi masing-masing begitupula pada bagian humas, lalu semua hal yang perlu dievaluasi dikemukakan pada rapat pengurus yang dilaksanakan setiap triwulan. Setelah semua dievaluasi pada divisi masing-masing maka kemudian diperbaiki secara konsisten dan terus dilakukan pengembangan termasuk pada komunikasi digital dengan seluruh lapisan masyarakat yang dikelola oleh bagian humas Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Keberhasilan suatu Lembaga Pendidikan ditentukan oleh beberapa factor yang ada pada Lembaga tersebut namun pada zaman sekarang yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan tersebut yaitu pada manajemen dan organisasi serta kemampuan komunikasi baik dengan pihak internal maupun eksternal madrasah. Jadi humas MANJ berusaha untuk tetap terus eksis dalam menyebarkan informasi terbaru dan juga menjaga komunikasi dengan khalayak luar tetap terjalin dengan baik.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam sebuah lembaga pendidikan memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas lembaga dan sebagai penguat Brand Image pada madrasah. Madrasah Aliyah Nurul Jadid memiliki strategi komunikasi yang baik sesuai

dengan berkembangnya zaman. Yang dikelola langsung oleh bagian humas dibawah pimpinan Kepala Madrasah. Pengelolaan ini dilakukan dengan berbasis digital yang dimiliki oleh MANJ sendiri yaitu sebagai sarana komunikasi dan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat luar. Selain itu komunikasi dan informasi di MANJ juga dibentuk dengan menggunakan budaya literasi yang disajikan dalam bentuk majalah dikhususkan untuk para santri yang bermukim di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Hal ini bertujuan sebagai penarik minat santri tingkat SLTP untuk bisa melanjutkan jenjang pendidikannya dilembaga Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Komunikasi ini dikelola dengan sangat baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan Brand Image Madrasah, salah satu pendukungnya yaitu pada berbagai jurusan atau program unggulan yang terdapat di Madrasah Aliyah Nurul Jadid yang banyak diminati oleh para siswa atau siswi terlebih khusus para santri yang berada dalam naungan Pondok Pesantren Nurul Jadid.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Strategi Komunikasi Digital dalam Membentuk Opini Publik untuk Mendukung Brand Image.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Miftahun Ni'am. (2022). *Urgensi Transformasi Kurikulum Bahasa Arab Madrasah Aliyah di Indonesia: Menelisik Historisitas dan Perkembangannya dari Masa ke Masa*. 2(2), 13–25.
- Al-Ghazali. (2018). *Transformasi Budaya Melalui Lembaga Pendidikan (Pembudayaan dalam Pembentukan Karakter)* Ashif. 1(1), 1–16.
- Ali, M., Ritonga, S., Monang, S., & Azhar, A. A. (2022). *The Role Of The Madrasah Community Relations Section In Developing Brand Image (Case Study Of MAN Labuhanbatu)*. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i4.187>
- Annisafitri, W., & Toni, A. (2022). *Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan* (Vol. 6, Issue 1).

- Baro'ah, S. (2020). *Kebijakan Merdeka Belajar Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan*. 4(1), 1063–1073.
- Candra Guzman, K., & Oktarina, N. (2018). *Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Diana, Sunardi, Gunarhadi, & Yusuf, M. (2020). The development of I-Teach model to improve early childhood teachers professionalism. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 15(6), 1614–1628. <https://doi.org/10.18844/CJES.V15I6.5321>
- Dr. Irene Silviani, M. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*.
- Fahruriza, O., & Muflihin, M. H. (2019). *Tata Kelola Hubungan Masyarakat Berbasis Website di Madrasah*. 2(2), 54–60.
- Gutandjala, M. (2019). *Pengaruh Teknologi Komunikasi Digital Terhadap Pertumbuhan Karakter Generasi NET di Indonesia*.
- Habib, M., Sihombing, U. M., Rahmadani, U., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2021). *Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam The Importance of Public Relations Management in Islamic Educational Institutions*. 1(2), 269–275.
- Hakim, M. N. (2019). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)*. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 121–139. <https://doi.org/10.31538/ndh.v4i1.245>
- Hermansyah. (2021a). *Manajemen Lembaga Pendidikan Sekolah Berbasis Digitalisasi di Era COVID -19*. *Studi Pendidikan*, 12, 29. <https://doi.org/10.47625>
- Hermansyah. (2021b). *Manajemen Lembaga Pendidikan Sekolah Berbasis Digitalisasi di Era COVID -19*. 12, 30. <https://doi.org/10.47625>
- Humas Manj. (2008). *MANJ Punya Rumah Sendiri. The Real Islamic and Scientific School MADRASAH ALIYAH NURUL JADID*. <http://manuruljadid.blogspot.com/1/profil-ma-nurul-jadid.html>
- Humas MANJ. (2007). *PROFIL MA NURUL JADID. The Real Islamic and Scientific School MADRASAH ALIYAH NURUL JADID*. <http://manuruljadid.blogspot.com/2007/11/profil-ma-nurul-jadid.html>
- Lestari, E., Rahmanto, A. N., & Satyawan, I. A. (2023). Hospital public relations and internal communication barriers during the Covid-19 pandemic. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(2), 166. <https://doi.org/10.24198/prh.v7i2.41935>
- Malik, A., Amrullah, K., & Fanani, Z. (2019). *Model Komunikasi di Lembaga Pendidikan Islam*. 3(April), 188–200.
- Mashur Alhabsyi, K. K. & R. R. (2022). *Analisis Ayat Al- qur ' an Terhadap Konsep Human Relation*. 1, 268–272.
- Munir, M., Lutfiana Asshofa, M., Suciowati, E., & Humas Perspektif Islam, M. (2022). *Manajemen Humas Perspektif Islam. Manajemen Pendidikan Berbasis Islam Nusantara*, 2, 5. <https://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/CERMIN>
- Muspawi, M., Fitriyanti Gustian, I., Rini, E. P., & Nega, S. (2023). Format Interaksi Komunikasi Organisasi Dalam Lingkungan Perkuliahan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5485/http>
- Mustaqim, M., Setyaningsih, L. A., & Fahmi, M. H. (2021). *Organizational Culture Dalam Membangun Komunikasi Pendidikan Berbasis Multikulturalisme dan Teknologi. ETTISAL: Journal of Communication*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.4721>
- Mutiara Cendekia Sandyakala. (2020). *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan The Public Relations Role in Enhancing the Image of Educational Institutions*.
- Novianti Indah Putri, Suharya, Y., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Digital di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *KOMVERSAL*, 3(2), 90–101. <https://doi.org/10.38204/komversal.v3i2>

- Nur Islami, D., Nugraha Setiady, I., Lahagu, M., & Rachman, T. (n.d.). *Implementasi Nilai Pancasila Dalam Pendidikan (Implementation of Pancasila Values in Education)* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/emas>
- Pipit Eko Priyono. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*.
- Pramungkas, P. R. (2020). Journal of Islamic Education Management. In *Hal 1-14* (Vol. 5, Issue 1). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/kelola>
- Pranawukir, I. (2021a). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumber Daya Manusia dan Keunggulan Kompetitif Lembaga*. 4(2), 247–259.
- Pranawukir, I. (2021b). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumber Daya Manusia dan Keunggulan Kompetitif Lembaga*. 4(2), 247–259.
- Putridiyanti, F. (2023). *Public Relations Management Using " Open House " In Improving Public Relations In Boarding Schools Case Study (Nurul Jadid Paiton Boarding School , Probolinggo)*. 01(01), 893–899.
- Rahayu, P. (2022). *Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19 Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya ...* 10(2021), 124–139.
- Roziqin, Z., Hefny, & Rozaq, & Rozaq, H. (2018). Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nnurul Jadid Paiton Probolinggo. In *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA Februari* (Vol. 18, Issue 2).
- Septiana, D., & Sholeh, E. M. (2021). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi COVID 19*.
- Wahyuni, N. Y. (2018). *Pencitraan : Upaya Membangun Public Opinion Bagi Lembaga Pendidikan Islam*. 2.
- Yue, C. A., & Yue, C. A. (2019). *Exploring strategic public relations management in China : current state and challenges Exploring strategic public relations management in China : current state and challenges*. 2986. <https://doi.org/10.1080/01292986.2019.1679854>
- Yusuf, M., Nurul Hasanah, B., & Zulfana, H. (2022). *Pengaruh Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK) Terhadap Manajemen Public Relation Pada Lembaga Pendidikan*. 2(1). <https://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/CERMIN>