

**STRATEGI *PUBLIK RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN CITRA  
MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Fina Rif'atin**

**200106110093**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2024**

**STRATEGI *PUBLIK RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN CITRA**

**MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk skripsi (Tugas Akhir)

Program Sarjana (S-1) Pada program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd

NIP. 196504031998031002



Disusun Oleh:

FINA RIF'ATIN

NIM. 200106110093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2024**

**LEMBAR PENGAJUAN**

**Penelitian Skripsi**

**STRATEGI *PUBLIK RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN CITRA  
MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG**

Diajukan Untuk Skripsi (Tugas Akhir)

Program Sarjana (S-1) Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



Disusun Oleh:

FINA RIF'ATIN

NIM. 200106110093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

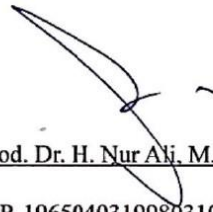
### STRATEGI *PUBLIK RELATIONS* DALAM MENGEKEMBANGKAN CITRA MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG

Oleh:

**Fina Rif'atin 200106110093**

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertanggung jawabkan dalam sidang skripsi

Dosen Pembimbing



Prod. Dr. H. Nur Ali, M.Pd

NIP. 196504031998031002

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Nurul Yaqien, S.Pd.I., M.Pd

NIP. 197811192006041001

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI *PUBLIK RELATIONS* DALAM MENGENGEMBANGKAN CITRA  
MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG SKRIPSI**

Dipersiapkan dan disusun oleh Fina Rif'atin (200106110093)

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 September 2024 dan dinyatakan

**LULUS**

Serta diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Strata Satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)


**Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

**Ketua (Penguji Utama)**

Dr. Nurul Yaqien, S. Pd.I., M.Pd

NIP. 19781119 200604 1 001

: 

**Sekretaris Sidang**

Prof. Dr. Nur Ali, M.Pd

NIP. 19650403 199803 1 002

: 

**Dosen Pembimbing**

Prof. Dr. Nur Ali, M.Pd

NIP. 19650403 199803 1 002

: 

**Penguji**

Angga Teguh Prastyo, M.Pd

NIP. 19850722 20160801 1 008

: 

Mengesahkan,

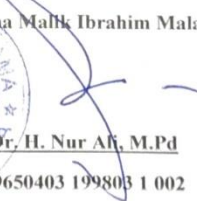
**Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan**

**UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd**

NIP. 19650403 199803 1 002



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah Robbil 'alamin, wassolaatu wassalaamu 'alaa Sayyidina Muhammadin wa' alaa alihi wasohbihi ajma'in. Ammaba'du.*

Dengan rahmat Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu mendukung dan menyayangi saya.

Terkhusus untuk kedua orang tuaku yang sangat aku sayangi Babe (Mutikno) dan Mamak (Siti Hamimah), terimakasih banyak sudah mendidik, membesarkan memotivasi, dan selalu menemani di setiap suka maupun duka. Terima kasih selalu mendoakan mbak rifa memberikan yang terbaik untuk mbak rifa, insyaallah mbak rifa akan membanggakan babe dan mamak jadi orang yang sukses dan manfaat untuk sekitar. Babe selalu memberikan motivasi kepada mbak rifa agar selalu belajar, belajar, dan belajar dan mamak selalu memberikan motivasi mbak rifa agar sekolah setinggi-tingginya agar menjadi madrosatul ula yang bisa membimbing anak-anaknya kelak. Babe mamak skripsi ini khusus mbak rifa persembahkan untuk babe dan mamak terima kasih sudah membersamai selama ini.

Kepada kakak pertamaku (Ibda'ul Fatah) mbakku (Ayu Astriani) dan ponakan ammah (Alifa Aliya Syanum). Terima kasih karena kalian sudah sangat mendukung adek tengah kalian yang kadang-kadang ada saja tingkahnya.

Kepada kakak keduaku (Ana Rahmawati) masku (Muhammad Ridho) dan kedua ponakan ammah (Ahmad Dahlan dan Mahmadah Maimunah). Terima kasih karena kalian sudah mendukung adek yang baik, comel dan menggemaskan ini, apalagi ibu hajah ana karna sudah menjadi bestie sister.

Kepada adekku (Munadiyatuz Zulfa). Terima kasih sudah mendukung dan menyemangati mbk rifa, walaupun terkadang kita sering bertengkah tapi mbak rifa sebenarnya sayang sekali. Semangat hafalan Al- Qur'annya ya dek.

Kepada seluruh teman-teman seperjuangan MPI-20, Tadika mesra, dan bunda-bunda kapak. Terima kasih sudah mau berjuang bersama, saling menyemangati, memberikan masukan, motivasi, mendukung, dan memberikan doa. Semoga kita semua bisa mewujudkan cita-cita yang kita inginkan, dan juga dimanapun kalian berada semoga menjadi manusia yang manfaat bagi masyarakat sekita. Lov u all

Dan tak lupa kepada para guru/ kepala sekolah dan dosen yang telah memberikan banyak masukan dan arahan kepada saya. Terlebih lagi kepada dosen pembimbing saya, Bapak Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd. Terima kasih banyak atas bimbingan dan supportnya, dan mohon maaf apabila saya sering mengganggu waktu istirahatnya untuk melakukan bimbingan. Berkat dukungan dari semua pihak akhirnya saya menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) ini semoga segala kebaikan dan jasa bapak/ibu menjadi amal jariyah dan bisa bermanfaat untuk kehidupan di dunia dan di akhirat.

## MOTTO

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir‘aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> “Surat Thaha Ayat 44: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,”.



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd  
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

---

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal: Skripsi Fina Rif'atin

Lamp: 4 (Empat) Eksemplar

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana  
Malik Ibrahim Malang di Malang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik  
penulisan dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama :Fina Rif'atin

NIM :200106110093

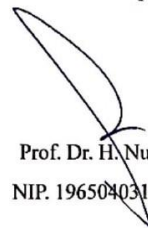
Jurusan :Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi :Strategi *Publik Relations* Dalam Mengembangkan Citra  
Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang

Maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak  
diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Pembimbing



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd  
NIP. 196504031998031002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fina Rif'atin

NIM : 200106110093

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Judul Skripsi : Strategi *Publik Relations* Dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan saksi akademis.

Malang, 31 Agustus 2024

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular meter stamp. The stamp contains the text 'METERAI TEMPEL' and a unique identification number '0C96CAX339797467'. The signature is written in a cursive style.

Fina Rif'atin

NIM: 200106110093

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penelitian transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

### A. Huruf

ا = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ء = ‘
ذ = dz	غ = gh	ي = y
ر = r	ف = f	

### B. Vokal panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

### C. Vokal Diftong

او =aw

أي =ay

او = û

إي = i

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT karena Rahmat dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Public Relations* Dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang”. Untuk memenuhi Penelitian Manajemen Pendidikan Islam. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benerang addinul islam.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapat hambatan dan tantangan, namun karena banyaknya dukungan dari berbagai pihak sehingga tantangan dan hambatan dapat teratasi. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian ini. Tidak lupa penulis juga menghaturkan banyak terima kasih dari berbagai pihak yang tanpa bantuannya penulisan ini tidak akan terselesaikan, karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Ali, M.Pd Selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, M.Pd Selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri

Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih atas segala arahan dan layanan selama menempuh studi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

4. Ibu Devi Pramitha, M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas segala pelayanan beliau untuk penyelesaian penelitian hingga terlaksananya ujian skripsi ini.
5. Bapak Walid Fajar Antariksa, MM selaku dosen wali penulis, yang selalu memberikan arahan dan motivasinya untuk penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd selaku dosen pembimbing skripsi penulis, di Tengah kesibukan beliau selalu meluangkan waktu, tenaga dan fikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penyelesaian penelitian ini.
7. Bapak, ibu dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah mencurahkan ilmunya, memberikan wawasan, keilmuan serta layanan selama studi.
8. Bapak Kepala Madrasah Negeri 4 Jombang, H. Moh. Ilyas, Lc. M.M.Pd. yang telah bersedia memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

9. Bapak Komite Madrasah Negeri 4 Jombang, H. Mustajab M., S.E, yang telah bersedia menjadi Narasumber penulis, semoga selalu diberikan kesehatan untuk beliau beserta keluarga.
10. Ibu Waka Humas Madrasah Negeri 4 Jombang, Ibu Ira Purwanda RI, S.Si, yang telah bersedia untuk menjadi narasumber penulis, informan dan pemberi data, semoga selalu diberikan kesehatan, rezeki dan kekuatan untuk beliau beserta keluarga.
11. Bapak Rahmat Wahyu Iriyanto, S.Pd selaku guru Madrasah Negeri 4 Jombang, yang telah bersedia menjadi narasumber penulis semoga selalu diberikan kesehatan, rezeki dan kekuatan untuk beliau beserta keluarga.
12. Bapak Ibu guru serta keluarga Madrasah Negeri 4 Jombang, yang telah bersedia untuk mengarahkan penulis, semoga selalu diberikan kesehatan dan kekuatan untuk beliau dan keluarga.
13. Seluruh keluarga Angkatan MPI 20 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kekuatan.
14. Kelas tadika mesra yang ada saja tingkahnya, semoga kalian semua bisa menggapai cita-cita kalian semua, dan juga semoga kalian semua menjadi manusia yang berguna bagi masyarakat sekitar. Salah seorang warga tadika mesra juga terimakasih sudah banyak mensupport penulis, banyak memberikan waktu luang ditengah kesibukannya untuk menemani penulis yang sering menangis karena berbagai hal.

15. Bunda-bunda kapak: bu kaji, afa jelek, kak nab pemaarah dan reyni sayangku, terima kasih sudah kebersamai selama awal kuliah sampai akhir masa kuliah ini, terima kasih sudah menjadi teman yang saling mendukung dan sayang. Semoga besok kita dipertemukan dalam keadaan yang sangat baik, terima kasih sebanyak-banyaknya sudah sangat sabar dan mengemong rifa anak baik nan comel ini.

Semoga Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua, jerih payah dari Penulis, bapak-bapak, ibu-ibu dan teman-teman semua mendapatkan balasan dari Allah SWT. *Amiinn Ya Rabbal'alamin.*

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih ada beberapa kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis sebagai penyusun. Oleh karena itu, penulis mengharapkan Adaya masukan, baik saran maupun kritk yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi para pembaca.

Malang, 31 Agustus 2024

Penulis

Fina Rif'atin

200106110093

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	viii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ix
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
ABSTRAK .....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
خلاصة .....	xxiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	14
F. Definisi Istilah .....	22
G. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>25</b>
A. Publik Relations.....	25
B. Strategi <i>Publik Relations</i> .....	38



C. Strategi <i>Publik Relations</i> dalam Pengembangan Citra Madrasah .....	43
D. Kerangka Berfikir .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	51
B. Lokasi Penelitian .....	52
C. Kehadiran Peneliti .....	53
D. Subjek Penelitian .....	54
E. Data dan Sumberdata .....	55
F. Instrumen Penelitian .....	57
G. Teknik Pengumpulan Data .....	57
H. Analisis Data.....	59
I. Pengecekan Keabsahan Data .....	61
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
<b>A. Gambaran Umum Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang .....</b>	<b>64</b>
1. Profil sekolah.....	64
2. Sejarah sekolah.....	64
3. Visi dan Misi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang .....	66
4. Identitas Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang .....	68
5. Struktur Sekolah .....	70
6. Sarana dan Prasarana Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang .....	71
7. Program Unggulan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang.....	72
8. Jumlah Siswa .....	81
9. Hasil Penelitian.....	81

<b>B. Hasil Temuan Penelitian.....</b>	<b>82</b>
1. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan <i>public relations</i> Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.....	82
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi <i>public relations</i> Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.....	100
3. Apa hasil dari strategi <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra Madrсах Aliyah Negeri 4 jombang.....	107
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>112</b>
A. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan <i>public relations</i> Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.....	112
B. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi <i>public relations</i> Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.....	118
C. Apa hasil dari strategi <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra Madrсах Aliyah Negeri 4 jombang.....	126
<b>BAB VI .....</b>	<b>128</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>128</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>130</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 4. 1 Identitas MAN 4 Jombang.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4. 2 Data Prestasi Siswa 2019-2024 .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4. 3 Siswa MAN 4 Jombang .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 1. 1 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>50</b>
<b>Bagan 4. 1 Struktur Organisasi .....</b>	<b>70</b>
<b>Bagan 4. 2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 1 Event OSSBA .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 4. 2 Seleksi KSM .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 4. 3 Pembinaan Perlombaan .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4. 4 Publikasi Prestasi Siswa .....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 4. 5 Publikasi Akun Facebook Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang....</b>	<b>93</b>
<b>Gambar 4. 6 Publikasi Akun Youtube Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang .....</b>	<b>94</b>
<b>Gambar 4. 7 Publikasi Akun Instragam Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ..</b>	<b>95</b>
<b>Gambar 4. 8 Publikasi Akun Instragam Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ..</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 4. 9 Publikasi Akun Instragam Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ..</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 4. 10 Banner PPDB 2024/2025 .....</b>	<b>98</b>

## ABSTRAK

RIF' ATIN, FINA 2024. Strategi *Public Relations* Dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd

---

---

Kata Kunci: *Public Relations*, Meningkatkan Citra Madrasah

*Public Relations* berfungsi sebagai pusat informasi dan pendidikan yang memfasilitasi pertukaran dua arah antara lembaga dan masyarakat. Dengan komunikasi yang terjalin baik, *public relations* dapat menyampaikan pesan mengenai tujuan, kebijakan, prosedur atau layanan yang diberikan lembaga kepada masyarakat. Banyaknya lembaga pendidikan menjadikan persaingan antar sekolah semakin kompetitif, hal yang diperlukan untuk tetap mempertahankan eksistensi madrasah dalam bersaing dengan lembaga lainnya adalah dengan memiliki citra positif dari masyarakat. Maka, strategi *public relations* untuk lembaga mutlak diperlukan. Strategi *public relations* berguna untuk meningkatkan mutu pendidikan, memuaskan pengguna (masyarakat) dan mendapatkan citra yang baik dari pengguna (masyarakat).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. (2) Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam melaksanakan strategi *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. (3) Hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dimulai pada bulan April-Juni di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dengan menggunakan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Dan penelitian ini menggunakan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjalankan strategi dalam mengembangkan citra melalui tiga cara yaitu: event, publikasi, dan *communication involment* (hubungan dengan public). (2) Dalam pelaksanaan strategi *public relations* terdapat tiga faktor penghambat dan lima faktor pendukung. (3) Hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah yaitu: banyaknya kepercayaan yang timbul dari element masyarakat, terjalin kerjasama yang efektif, dukungan dan kerjasama dengan masyarakat, dan tingginya partisipan loyalis pengguna jasa pendidikan.

## ABSTRACT

RIF' ATIN, FINA 2024. Public Relations Strategy in Developing the Image of State Islamic Senior High School 4 Jombang, Thesis, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Islamic Education and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Supervisor: Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd

---

---

Keywords: Public Relations, Improving Madrasah Image

*Public Relations* serves as an information and education center that facilitates two-way exchange between institutions and the community. With good communication, public relations can convey messages about the goals, policies, procedures or services provided by the institution to the community. The number of educational institutions makes competition between schools increasingly competitive, what is needed to maintain the existence of madrasahs in competing with other institutions is to have a positive image from the community. Therefore, a public relations strategy for institutions is absolutely necessary. A public relations strategy is useful for improving the quality of education, satisfying users (the community) and getting a good image from users (the community).

The purpose of this study is to determine (1) the strategies used in public relations activities at State Islamic Senior High School 4 Jombang. (2) what are the inhibiting and supporting factors in implementing the public relations strategy at State Islamic Senior High School 4 Jombang. (3) the results of the public relations strategy in developing the image of State Islamic Senior High School 4 Jombang.

The type of research in this study is a case study with a qualitative approach. This study began in April-June at Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang using data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The technical data analysis in this study uses data reduction, data presentation, and drawing conclusions. And this study uses data validity checking using source triangulation and technique triangulation.

The results of this study are (1) Public relations of State Islamic Senior High School 4 Jombang implements a strategy in developing its image through three methods, namely: events, publications, and communication involvement (public relations). (2) In implementing the public relations strategy, there are three inhibiting factors and five supporting factors. (3) The results of the public relations strategy in developing the image of the Madrasah are: the large amount of trust that arises from elements of society, effective cooperation, support and cooperation with the community, and the high number of loyal participants in using educational services.

## خلاصة

رفعة، فينا 2024. استراتيجية العلاقات العامة في تطوير صورة المدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج، أطروحة، برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: البروفيسور دكتور. ح. نور علي، دكتوراه في الطب

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، تحسين صورة الم

*العلاقات العامة* يعمل كمركز معلومات وتعليم يسهل التبادل المتبادل بين المؤسسات والمجتمع. ومن خلال التواصل الجيد، يمكن للعلاقات العامة نقل الرسائل المتعلقة بالأهداف أو السياسات أو الإجراءات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة للجمهور. إن العدد الكبير من المؤسسات التعليمية يجعل المنافسة بين المدارس تنافسية بشكل متزايد. والمطلوب للحفاظ على وجود المدارس في التنافس مع المؤسسات الأخرى هو الحصول على صورة إيجابية من المجتمع. لذا، فإن استراتيجية العلاقات العامة للمؤسسات ضرورية للغاية. تعتبر استراتيجيات العلاقات العامة مفيدة لتحسين جودة التعليم وإرضاء المستخدمين (المجتمع) والحصول على صورة جيدة لدى المستخدمين (المجتمع).

الغرض من هذا البحث هو معرفة (1) الاستراتيجيات المنفذة في أنشطة العلاقات العامة بالمدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج. (2) ما هي العوامل المثبطة والمساعدة في تنفيذ استراتيجية العلاقات العامة للمدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج. (3) نتائج استراتيجية العلاقات العامة في تطوير صورة المدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج.

نوع البحث في هذا البحث هو دراسة حالة ذات منهج نوعي. بدأ هذا البحث في أبريل ويونيو في المدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج باستخدام تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. يستخدم تحليل البيانات الفنية في هذا البحث لتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. ويستخدم هذا البحث التحقق من صحة البيانات باستخدام التثليث المصدر والتثليث الفني.

نتائج هذا البحث هي (1) العلاقات العامة للمدرسة العالية نيجيري 4 جومبانج تنفذ استراتيجية في تطوير صورتها بثلاث طرق وهي: الأحداث، المنشورات، والمشاركة في الاتصال (العلاقات مع الجمهور). (2) في تنفيذ استراتيجية العلاقات العامة، هناك ثلاثة عوامل مثبطة وخمسة عوامل داعمة. (3) نتائج استراتيجية العلاقات العامة في تطوير صورة المدرسة هي: الكثير من الثقة الناشئة من عناصر المجتمع، والتعاون الفعال والدعم والتعاون مع المجتمع، وارتفاع عدد المشاركين المخلصين الذين يستخدمون الخدمات التعليمية.



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Sekolah merupakan lembaga yang diberikan wewenang dalam kegiatan belajar mengajar, menurut UU No.2 Tahun 1998 menyebutkan sekolah adalah suatu pendidikan yang berjenjang dan berkesinambungan untuk menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar. Pendidikan sendiri merupakan dasar peningkatan kemampuan dan ketrampilan sumber daya manusia yang ada dalam suatu negara. Dengan adanya pendidikan negara akan mendukung potensi sumber daya manusia untuk bertahan dan bersaing dalam menghadapi perkembangan zaman yang semakin maju dan terdepan.

Pendidikan merupakan hak bagi seluruh rakyat Indonesia, dimana pemerintah wajib memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan guna menggali potensi setiap sumber daya manusia hingga dapat berkontribusi dalam memajukan negara Indonesia. Hak mendapatkan Pendidikan tertuang dalam pembukaan UUD 1945 (Pasal 31 ayat 1 dan 2) menyebutkan bahwa untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan

ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan perdamaian abadi dan keadilan sosial.<sup>2</sup>

Oleh karena itu, sekolah adalah organisasi formal pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan seluruh rakyatnya. Pendidikan sendiri merupakan sarana dalam menaikkan kualitas sumber daya manusia. Di era 4.0, banyak negara yang berlomba-lomba untuk menaikkan kompetisi kualitas sumber daya manusianya dengan tujuan berebut di pasar bebas. Pada persaingan ini pendidikan memiliki peran penting sebagai patokan dalam membentuk sumber daya manusia yang kompetitif. Pendidikan adalah sebuah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia.<sup>3</sup>

*Public relations* sebagai sinergi strategi memiliki peran penting pada setiap lembaga dalam pembentukan citra positif ataupun citra negatif. Sebuah lembaga pasti menginginkan ulasan yang baik di mata publik, tentunya bukan hal yang mudah untuk mendapatkan responsif yang baik dari publik, dalam mewujudkannya membutuhkan waktu lama juga beberapa kendala, peluang serta tantangan yang harus dikelola oleh pihak lembaga dengan baik. Seorang *public*

---

<sup>2</sup> Arianus Harefa and Sodialman Daliwu, *Teori Pendidikan Pancasila Yang Terintegrasi Pendidikan Anti Korupsi* (Penerbit Lutfi Gilang, 2020).

<sup>3</sup> Zumrotul Masruroh, 'Manajemen Pendidikan Keterampilan (Vocational Skill) Di Man Kembangawit', *Muslim Heritage*, 1.2 (2016), 417–38.

*relations* memiliki peran dalam menjaga citra positif madrasah, sasaran yang tepat dalam pembentukan akan berdampak pada citra positif yang diinginkan.<sup>4</sup>

Strategi merupakan cara yang digunakan untuk mencapai suatu hal yang diinginkan. Menurut Anwar Arifin strategi adalah sebuah keputusan dari suatu tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan yang sudah disepakati.<sup>5</sup> *Public relations* ialah salah satu cara untuk menjadi jembatan penghubung dalam menjaga dan membentuk relasi saling menguntungkan antara suatu lembaga dan public.

Keberhasilan ataupun kegagalan dari *Public relations* tergantung bagaimana cara menjaga dan membentuk relasinya. Pada dasarnya tujuan *Public relations* digunakan untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara dan membina hubungan baik yang harmonis hingga mendapatkan citra positif terhadap lembaganya. Hal ini dikarenakan *Public relations* merupakan salah satu pemberi informasi penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Namun peran dari *Public relations* tidak hanya sebatas menjaga citra dari sebuah lembaga, tetapi juga harus menjalin hubungan dengan publiknya, baik dengan *public internal* lembaga atau organisasi maupun dengan *public eksternal*. *Public relations* membutuhkan

---

<sup>4</sup> Isna Asdiani Nasution, 'Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza', *Warta Dharmawangsa*, 13.3 (2019).

<sup>5</sup> Emmanuel Vinnesea Tulandi, Maulana Rifai, and Fardiah Oktariani Lubis, 'Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental', *Jurnal PETIK Volume*, 7.2 (2021), 136.

tempat untuk menggambarkan isi peran dan fungsinya dalam membangun citra positif lembaga, menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya dan menyelesaikan krisis yang terjadi.<sup>6</sup>

Dengan adanya *Public relations* suatu lembaga maupun organisasi mampu bersaing dalam memperlihatkan kelebihanannya, di sinilah strategi *Public relations* sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas lembaga maupun organisasi.

Menurut Ruslan Rosady, jika *public relations* lebih diarahkan akan dapat membentuk persepsi yang baik hingga menguntungkan lembaga dan menuai gambaran positif dari publik. Seorang *public relations* harus memiliki pola pikir dan strategi yang membutuhkan banyak masukan serta dituntut untuk berfikir *strategic* hingga memunculkan suatu kebutuhan model yang lebih terstruktur dan sistematis. Hal ini akan membantu dalam mempuat keputusan yang lebih sederhana agar dapat menganalisa dan merumuskan suatu strategi dengan baik. Seperti yang terkandung dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ  
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya: serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan Hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik.*

---

<sup>6</sup> Agnes Datuela, 'Strategi Public Relations Pt. Telkomsel Branch Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan', *Acta Diurna Komunikasi*, 2.1 (2013).

*Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapatkan petunjuk.*<sup>7</sup>

Ayat diatas menjelaskan tentang bagaimana anjuran berkomunikasi yang baik, dengan menggunakan cara yang baik sehingga pola komunikasi tersebut nantinya akan mendapatkan angaapan baik dari lawan bicara.

Menurut Kriyantono komunikasi yang efektif dapat terjadi apabila *public relations* sebagai komunikator melakukan pemeriksaan atau menganalisis kondisi komponen-komponen dalam proses komunikasi. Komponen tersebut antara lain: komunikator, pesan, media, sasaran dan hambatan. Contohnya: siapa yang akan menjadi sasaran program? Pesan apa yang digunakan sesuai dengan kebutuhan? Atau efek apa yang diinginkan terjadi? Tentunya komponen-komponen tersebut harus didasari dengan data yang empiris dan terpercaya. Selain itu ada juga dua komponen yang menjadi peran penting dalam mengembangkan *public relations* yaitu komponen sasaran dan komponen sarana.<sup>8</sup>

Komponen sasaran, ditujukan kepada para *stakeholder* dan publik yang mempunyai kepentingan bersama hingga memberikan keuntungan terhadap keduanya, fungsi komponen ini mengarahkan jika terjadi hal yang tidak diinginkan seperti konflik sebuah lembaga dengan *public internal* maupun *eksternal*, dengan

---

<sup>7</sup> Al-Quran dan Terjemahnya, op.cit, hlm 64.

<sup>8</sup> Rachmat Kriyantono and S Sos, *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif* (Kencana, 2015).

membuat alternatif pencegahan melalui negosiasi dan penegasan.<sup>9</sup> Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang dipersempit melalui penyandang opini bersama (*common opinion*), potensi polemik dan pengaruhnya bagi masa depan lembaga ataupun organisasi yang menjadi perhatian sasaran khusus (*target public*).

*Public relations* adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk menjalin hubungan-hubungan dalam bentuk komunikasi antar lembaga atau organisasi dengan keseluruhan publik baik secara *internal* ataupun *eksternal* dengan tujuan menumbuhkan *goodwill*, dan kerjasama antar publik dengan jalan komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan bersama yang hendak dicapai.

Citra merupakan kesan yang dihasilkan oleh sebuah kepribadian dan ditunjukkan kepada publik terkait nilai-nilai dari lembaga ataupun organisasi. Menurut Alma dan Harriyanti, citra adalah perasaan, impresi, dan kesan mengenai sebuah lembaga ataupun organisasi.<sup>10</sup> Sedangkan menurut Kotler citra merupakan gagasan atau kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang sangat dipengaruhi oleh objek tersebut.<sup>11</sup> Citra yang baik akan memberikan kesan baik bagi publik juga dapat menarik minat publik terhadap suatu lembaga ataupun organisasi tersebut.

---

<sup>9</sup> Rosady Ruslan, 'Manajemen Public Realties & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi', 2012.

<sup>10</sup> Febrianty Juhji and others, *Manajemen Humas Sekolah* (Penerbit Widina, 2020), v.

<sup>11</sup> Philip Kotler, Waldemar Pfoertsch, and Ines Michi, *B2B Brand Management* (Springer, 2006), CCCLVII.

Citra dihasilkan melalui penilaian objektif publik atas tindakan, perilaku, dan etika instansi ditengah-tengah masyarakat. Citra sendiri tidak hanya terbentuk dari persepsi sepihak publik, melainkan bagaimana sebuah lembaga atau organisasi memberikan output, feedback dan pelayanan yang baik mengenai hal pendidikan yang ditawarkan. Tentunya harus dikelola dengan baik melalui korelasi atau komunikasi dengan publik karena citra merupakan sebuah cerminan atau ilusi dari lembaga tersebut. Citra sebuah lembaga Pendidikan berasal dari berbagai macam bagian baik kualitas akademik maupun non akademik, kualitas peserta didik, kualitas kinerja pengajaran atau pegawai, dan profesionalitas kepala sekolah. Kesan atau citra akan membawa lembaga pada dampak positif dimata publik.

Dengan meningkatnya ketertarikan publik terhadap suatu lembaga ataupun organisasi akan berpengaruh pada kepercayaan publik bahwa sekolah tersebut mampu menemukan kemampuan diri siswanya dan mampu menyiapkan mereka untuk bersaing di masa depan, dengan begitu akan menimbulkan peningkatan peserta didik pada sekolah tersebut.

Menurut Soebagono sebuah lembaga Pendidikan akan menumbuhkan kepercayaan yang tinggi dari publik apabila memiliki citra yang baik, hingga dapat memikat hati publik untuk memilih lembaga tersebut.<sup>12</sup> Menurut Aditia Fradito

---

<sup>12</sup> Soebagio Atmodiwirio, 'Manajemen Pendidikan Indonesia', 2000.

karakteristik sekolah yang memiliki citra sebagai lembaga pendidikan ideal yaitu: lingkungan sekolah yang aman dan tertib, iklim dan harapan yang tinggi, kepemimpinan yang intruksional, visi dan misi yang terfokus, kesempatan siswa dalam belajar dan mengerjakan tugas, monitoring terhadap siswa dan publik yang mendukung.<sup>13</sup> Partisipasi publik baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk ide, dukungan moral, materi dan kepercayaan akan sangat berpengaruh dalam peningkatan kualitas, mutu, dan citra dimadrasah. Sekolah menjadi besar tidak lepas dari turut adilnya publik dalam memberikan kepercayaanya baik secara moral maupun material.

Dengan adanya kepercayaan publik maka madrasah akan mengalami peningkatan pendaftar dan akan membuat madrasah lebih dikenal serta semakin berkembang pesat. Dalam UU No.20 tahun 2001 pasal 3 Sisdiknas menyatakan bahwa: partisipasi publik merupakan sebuah kontribusi dari orang-orang melalui pemikiran ide gagasan, atau melalui tenaga jasmaninya yang memang seharusnya dapat memberikan pengaruh terhadap ujung tombak peningkatan mutu pendidikan. Oleh karena itu peranan publik mendukung kualitas pendidikan secara komprehensif mampu melahirkan peserta didik sengan insan beriman, bertakwa

---

<sup>13</sup> Aditia Fradito, 'Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016).



kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara demokrasi serta bertanggung jawab.<sup>14</sup>

Memutuskan sekolah yang dianggap terbaik untuk para anak adalah pilihan paling utama bagi seluruh wali murid. Standar nasional pendidikan jelas diwajibkan untuk menciptakan sebuah sekolah yang memiliki kualitas nasional. Berdasarkan standar nasional pendidikan PP No.19 Tahun 2005 dasar standar mengenai sistem pendidikan yang ada pada wilayah hukum NKRI terdiri dari: standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar prosedur, standar pembiayaan, standar isi, standar penilaian, standar pendidikan dan tenaga kependidikan, serta standar kompetensi kelulusan.<sup>15</sup>

Menurut Kementrian Agama. Madrasah adalah sebuah satuan forum pendidikan binaan pendidikan agama yang memfokuskan pembelajaran agama islam dalam hal umum serta kejuarannya. Hal ini meliputi pembelajaran mulai dari Roudhotul Athfal sampai Madrasah Aliyah.<sup>16</sup> Sedangkan menurut Zuhairi madrasah merupakan sebuah tempat pendidikan yang digunakan untuk proses

---

<sup>14</sup> Departemen Pendidikan, 'Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional', *Jakarta: Pustaka Belajar*, 2011.

<sup>15</sup> Dedy Mulyasana and Aisha Fauzia, 'Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing', 2015.

<sup>16</sup> MUHAMMAD Khairi, 'Implementasi Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No 90 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Madrasah (Studi Pada MTsN Se-Kabupaten Tapin)', *No*, 20 (2017), 17-58.

belajar mengajar mengenai ilmu pendidikan agama islam, ilmu pengetahuan dan ilmu lainnya sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>17</sup>

Dalam sebuah citra madrasah harus ada titik poin yang menjadi daya tarik publik dari segi program ataupun prestasinya. Sebuah citra yang positif dapat dilaksanakan dengan diadakannya aktivitas yang berhubungan dengan pihak eksternal misalnya pertunjukan, kunjungan sosial, studi lapangan atau kerja bakti, bisa juga membuat spanduk yang berisi prestasi siswa yang dipasang di pinggir jalan. Hal ini memiliki manfaat untuk membentuk citra madrasah yang memiliki aktivitas atau keunggulan yang dominan. Lembaga pendidikan yang mempunyai citra positif tentang madrasah dapat menyaingi banyak sekolahan umum di sekitarnya.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang merupakan lembaga pendidikan yang bernafaskan islam yang didirikan pada tahun 1923 dengan nama awal *Madrasah Mahadi'ul Huda* oleh Hadrotus Syaikh Kh. Bishri Syansuri. Madrasah ini berdiri dalam naungan Yayasan Mamba'ul Ma'arif sejak didirikannya Pondok Pesantren respon masyarakat sangat positif, bisa dilihat dari bertambahnya santri dalam setiap tahunnya. Oleh karena itu didirikan Lembaga Pendidikan formal untuk memfasilitasi santri-santri dalam proses pembelajarannya.

---

<sup>17</sup> Faridah Alawiyah, 'Pendidikan Madrasah Di Indonesia', *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 5.1 (2014), 51–58.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang terletak di Desa Denanyar Kabupaten Jombang tepatnya pada JL. KH. Bishri Syansuri 21 (Pondok Pesantren Mamba'ul Ma'arif) Denanyar Jombang, kemudian pada tahun 1969 berdasarkan SK Menteri Agama NO.24/1969 Madrasah tersebut dinegerikan menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang. Posisi sekolah terletak pada pemukiman padat penduduk juga berada di pinggir jalan raya, sehingga sekolah ini memiliki prospek yang baik dari segi pengembangan fisik maupun kualitas pendidikan.

Menurut pandangan masyarakat sekitar bahwa perkembangan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang sangat meningkat, mulai dari media promosi, pendekatan kepada masyarakat sekitar dan pengelolaan program-program. Hal ini tidak luput dari peran *public relations* yang bertugas sebagai penghubung antara madrasah dengan masyarakat ataupun publik, perbedaan ini terlihat dari yang dulunya hanya menggunakan papan reklame sekarang sudah mempunyai progres media promosi yang lebih canggih hingga bisa mencakup publik secara luas. Dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang, *public relations* memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas pendidikan dari segi akademis, mengembangkan kemampuan dan pengetahuan tenaga pendidik, menaikkan kemampuan dalam menghadapi persaingan global Pendidikan dengan membangun keunggulan kompetitif sesuai dengan motto Madrasah Aliyah Negeri

(MAN) 4 Jombang yaitu Islamis, Nasionalis, Cerdah, Kreatif, Mandiri, dan Berbudaya Lingkungan Sehat.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENGEMBANGKAN CITRA MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 JOMBANG. Dikarenakan dengan keunggulan yang dimiliki dari madrasah tersebut menjadikan daya tarik tersendiri untuk dilakukannya penelitian mengenai bagaimana strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah tersebut beserta hambatannya.

#### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang?
3. Apa hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 jombang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.
2. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

3. Untuk mendeskripsikan hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi lembaga

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah tolak ukur lembaga dalam implementasi pentingnya strategi *public relations* dalam mengembangkan citra sekolah dengan baik dan benar.

- b. Bagi Sekolah Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber data penambah - engetahuan yang menggabungkan ilmu *public relations* yang terfokus pada strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah. Juga sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam upaya membangun citra Sekolah Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti mengenai strategi *public relations* dalam mengembangkan citra baik madrasah, dan kontribusi peneliti pada bidang keilmuan manajemen yang terfokuskan pada strategi *public relations* dalam membangun citra madrasah.

**E. Kajian Penelitian yang Relevan**

Penelitian ini menggunakan beberapa referensi yang ada. Penulis juga fokus pada strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra Man 4 Jombang. Dalam pembahasan ini akan digunakan untuk memunculkan ide-ide baru pada konsep strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra madrasah.

Kajian penelitian mengemukakan persamaan dan perbedaan dalam kajian antar peneliti dengan beberapa peneliti terdahulu (*literature review*). Hal tersebut bertujuan untuk menghindari adanya pengulangan kajian. Seperti metode, media, atau kajian data yang telah dikemukakan oleh peneliti terdahulu. Dalam hal ini peneliti akan memaparkan persamaan dan perbedaan dalam bentuk table agar dapat lebih mudah untuk dipahami dibandingkan dengan memaparkan bentuk uraian. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan sebagai perbandingan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mohammad Azam Kholilurrohman, dengan judul skripsi *Strategi Publik Relations dalam Mengembangkan Citra Madrasah di MTS Ihyaul Ulum Dukun Gresik*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2022. Teori yang dipakai dalam penelitian Mohammad Azam Kholilurrohman yaitu teori *Publik relations* dari pendapat Suharsimi Arikunto. Sedangkan peneliti menggunakan teori *Publik relations* Komunikasi Lasswell dari pendapat Harold Lasswell. Untuk metode penelitian peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Mohammad Azam Kholilurrohman yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian Mohammad Azam Kholilurrohman terfokus pada strategi *Publik relations* dalam mengembangkan citra melalui teori ciri khas organisasi dengan publiknya, atau antar lembaga pendidikan dengan warga di dalam dan masyarakat luar. Sedangkan peneliti terfokus pada Strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra melalui teori yang lebih sederhana menggunakan rumus *who?* (Siapa), *says what?* (Berbicara apa), *in which channel* (Dengan media apa), *to whom* (Kepada siapa), *and what that effect?* (Dengan efek apa) Yang digunakan untuk mengambil kepercayaan publik baik secara *internal* maupun *eksternal*.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Mohammad Azam Kholilurrohman. 2022. *Strategi Publik Relations dalam Mengembangkan Citra Madrasah MTS Ihyaul Ulum Dukun Gresik*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,

2. Reny Sofiza Purba, dengan judul skripsi Strategi *Publik Relations* dalam Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadratul Islamiyah di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kab. Serdang Bedagai. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2021. Teori yang dipakai dalam penelitian Reny Sofiza Purba yaitu teori *Publik relations* Komunikasi Sibernetik dari pendapat Wiener. Sedangkan peneliti menggunakan teori *Publik relations* Komunikasi Lasswell dari pendapat Harold Lasswell. Untuk metode penelitian peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Reny Sofiza Purba yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian Reny Sofiza Purba terfokus pada strategi *Publik relations* dalam mempertahankan citra melalui ilmu sosial dan teknologi yang digunakan untuk mengontrol kegiatan komunikasi antar lingkungan dengan sistem organisasi itu sendiri, kegunaan utama dari pengontrol ini adalah untuk mengamati lingkungan organisasi, dan diterapkan untuk para siswa agar mendapatkan hasil yang efektif. Sedangkan peneliti terfokus pada Strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra melalui teori yang lebih sederhana menggunakan rumus *who?* (Siapa), *says what?* (Berbicara apa),

---

Universitas Negeri Islam Sunan Ampel: Surabaya). Diakses dari <[http://digilib.uinsa.ac.id/53334/3/Mohammad%20Azam%20Kholilurrohman\\_D03217026.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/53334/3/Mohammad%20Azam%20Kholilurrohman_D03217026.pdf)>



*in which channel* (Dengan media apa), *to whom* (Kepada siapa), *and what that effect?* (Dengan efek apa) Yang digunakan untuk mengambil kepercayaan publik baik secara *internal* maupun *eksternal*.<sup>19</sup>

3. Siti Humaira, dengan judul *Strategi Publik Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2019. Teori yang dipakai dalam penelitian Reny Sofiza Purba yaitu teori *Publik relations* dari pendapat Morisan. Sedangkan peneliti menggunakan teori *Publik relations* Komunikasi Lasswell dari pendapat Harold Lasswell. Untuk metode penelitian peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Siti Humaira yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian Siti Humairah terfokus pada strategi *Publik relations* dalam mempertahankan citra melalui ilmu sosial yang digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi, menasihati pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun publik. Sedangkan peneliti terfokus pada Strategi *publik relations*

---

<sup>19</sup> Reny Sofia Purba. 2021. *Strategi Publik Relations dalam Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadratul Islamiyah di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kab. Serdang Bedagai*. (Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) Diakses pada <<http://repository.uinsu.ac.id/14983/1/RENI%20SOFIZA.pdf>>

dalam mengembangkan citra melalui teori yang lebih sederhana menggunakan rumus *who?* (Siapa), *says what?* (Berbicara apa), *in which channel* (Dengan media apa), *to whom* (Kepada siapa), *and what that effect?* (Dengan efek apa) Yang digunakan untuk mengambil kepercayaan publik baik secara *internal* maupun *eksternal*.<sup>20</sup>

4. Ayu Oktarina, dengan judul skripsi *Strategi Publik Relations* dalam Mempertahankan Citra Positif DPRD Kabupaten Rejang Lebong Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2019. Teori yang dipakai dalam penelitian Ayu Oktarina yaitu teori *Publik relations* Komunikasi Spiral Of Silence dari pendapat Elizabeth Noelle dan Neuman. Sedangkan peneliti menggunakan teori *Publik relations* Komunikasi Lasswell dari pendapat Harold Lasswell. Untuk metode penelitian peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Reny Sofiza Purba yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian Ayu Oktarina terfokus pada strategi *Publik relations* dalam mempertahankan citra melalui hubungan proses terbentuknya suatu opini umum yang ada pada lingkungan masyarakat, didasari oleh bagaimana terjadinya proses komunikasi antar

---

<sup>20</sup> Siti Humairah. 2019. *Strategi Publik Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu)*. (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu) Diakses pada <<http://repository.iainbengkulu.ac.id/3499/1/SITI%20HUMAIRAH.pdf>>

massa, komunikasi interpersonal, dan pendapat masing-masing pribadi yang berhubungan dengan pendapat individu lain di dalam lingkungan masyarakat. Sedangkan peneliti terfokus pada Strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra melalui teori yang lebih sederhana menggunakan rumus *who?* (Siapa), *says what?* (Berbicara apa), *in which channel* (Dengan media apa), *to whom* (Kepada siapa), *and what that effect?* (Dengan efek apa) Yang digunakan untuk mengambil kepercayaan publik baik secara *internal* maupun *eksternal*.<sup>21</sup>

**Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian**

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Mohammad Azam Kholilurrohman, dengan judul skripsi Strategi <i>Publik Relations</i> dalam Mengembangkan Citra Madrasah di MTS Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel	Peneliti meneliti mengenai strategi <i>Publik relations</i> dalam mengembangkan citra madrasah	Pada penelitian skripsi ini meneliti terkait mengembangkan citra melalui teori ciri khas organisasi dengan publiknya, atau antar lembaga pendidikan dengan warga di dalam dan masyarakat luar.	Dalam hal ini peneliti berfokus pada mengembangkan citra madrasah di MTS Ihyaul Ulum Dukun Gresik melalui program-program binaan madrasah.

<sup>21</sup> Ayu Oktarina. 2019. *Skripsi Strategi Publik Relations dalam Mempertahankan Citra Positif DPRD Kabupaten Rejang Lebong*. (Skripsi: Fakultas Ushulludin Adab dan Dakwah Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu) Diakses pada < <http://e-theses.iaincurup.ac.id/482/>>

	Surabaya Tahun 2022.			
2.	Reny Sofiza Purba, dengan judul skripsi Strategi <i>Publik Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadratul Islamiyah di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kab. Serdang Bedagai. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2021.	Peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Reny Sofiza Purba yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.	Penelitian Reny Sofiza Purba terfokus pada strategi <i>Publik relations</i> dalam mempertahankan citra melalui ilmu sosial dan teknologi yang digunakan untuk mengontrol kegiatan komunikasi antar lingkungan dengan sistem organisasi itu sendiri, kegunaan utama dari pengontrol ini adalah untuk mengamati lingkungan organisasi, dan diterapkan untuk para siswa agar mendapatkan hasil yang efektif.	Dalam hal ini peneliti berfokus pada Mempertahankan Citra Positif Ma'had Hadratul Islamiyah di Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kab. Serdang Bedagai. Dengan meperlihatkan keunggulan siswa dalam bidang akademik maupun non akademik.
3.	Siti Humaira, dengan judul Strategi <i>Publik Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia	Peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Siti Humaira yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode	Penelitian Siti Humairah terfokus pada strategi <i>Publik relations</i> dalam mempertahankan citra melalui ilmu sosial yang digunakan untuk menganalisis	Dalam hal ini peneliti berfokus pada Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang

	Kantor Cabang Bengkulu) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2019.	Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.	kecendrungan, memprediksi konsekuensi, menasihati pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun publik	Bengkulu) dengan melaksanakan program yang mendukung pada faktor kegiatan melayani baik untuk kepentingan organisasi maupun publik.
4.	Ayu Oktarina, dengan judul skripsi Strategi <i>Publik Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Positif DPRD Kabupaten Rejang Lebong Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2019	Peneliti memiliki kesamaan dengan peneliti Reny Sofiza Purba yang menggunakan penelitian jenis kualitatif metode Deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi	Penelitian Ayu Oktarina terfokus pada strategi <i>Publik relations</i> dalam mempertahankan citra melalui hubungan proses terbentuknya suatu opini umum yang ada pada lingkungan masyarakat, didasari oleh bagaimana terjadinya proses komunikasi antar massa, komunikasi interpersonal, dan pendapat masing-masing pribadi yang	Dalam hal ini peneliti berfokus pada Mempertahankan Citra Positif DPRD Kabupaten Rejang Lebong dengan membentuk kepercayaan publik pada lembaga maupun organisasi agar mendapatkan simpatik publik.

			berhubungan dengan pendapat individu lain di dalam lingkungan masyarakat	
--	--	--	--	--

## F. Definisi Istilah

### 1. Strategi *Publik relations*

Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai sesuatu hal yang diinginkan. *Publik Relations* adalah proses membangun kepercayaan dan kerjasama antar individu dengan individu, individu dengan kelompok. Yang meliputi organisasi ataupun lembaga publik melalui strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif.

Dapat disimpulkan bawah strategi *Publik Relations* merupakan suatu proses manajemen yang mempunyai tujuan untuk mencapai dan menjaga keselarasan serta perilaku positif diantara pengelompokan sosial yang menjadi sandaran organisasi untuk mencapai misinya.

### 2. Citra Madrasah

Citra adalah tujuan utama yang harus dicapai oleh *publik relations* dalam membangun kepercayaan dan kerjasama. Tujuan utama citra bagi sebuah lembaga agar mendapatkan kepercayaan publik baik dimata masyarakat ataupun lembaga itu sendiri. Misalnya dengan cara menarik

perhatian masyarakat sekitar maupun luar daerah untuk berkeinginan memasukkan anak-anaknya ke lembaga tersebut. Dengan kepercayaan dan kerjasama yang baik maka citra sekolah juga akan menjadi baik sehingga memberikan pandangan baik lembaga di masyarakat.

### **G. Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini, peneliti menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I yakni pendahuluan yang memuat penjelasan penelitian secara umum, seperti: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II yakni tinjauan pustaka yang memuat tinjauan terkait kajian teori tentang Strategi *publik relations* dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang.

BAB III yakni metode penelitian yang memuat uraian terkait pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek penelitian, data dan sumber data, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, analisis data, serta prosedur penelitian.

BAB IV yakni deskripsi data yang diperoleh peneliti melalui berbagai pengumpulan data, seperti obesrvasi, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya.

BAB V yakni pembahasan yang memuat Strategi *publik relations* dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang.

BAB VI yakni penutup yang memuat kesimpulan dari seluruh topik pembahasan beserta saran untuk penelitian selanjutnya.



## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Publik Relations

#### 1. Pengertian *Publik Relations*

*Public relations* merupakan gabungan dari dua kata “*Publik*” dan “*Relations*” yang biasa dibaca *public relations*. Dalam bahasa Indonesia “*Publik*” diterjemahkan sebagai publik yaitu suatu kelompok dalam masyarakat yang bersifat heterogen dan homogen. Secara umum publik merupakan sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap suatu hal. Kata “*Relation*” tanpa adanya huruf “s” memiliki arti hubungan sedangkan “*Relations*” dengan adanya huruf “s” menunjukkan sifat jamak dimana arti kata hubungannya juga jamak. Jadi terjemahan “*Relations*” dengan adanya huruf “s” penting dalam rangka pengertian *public relations* karena termasuk prinsip yang menjadi dasar landasan ciri khasnya.<sup>22</sup>

*Publik relations* memiliki dua kata kunci “*public*” dan “*relations*” yang mengandung pengertian hubungan dengan publik, pengertian publik sendiri bermacam-macam sesuai dengan kepentingan unit lembaga atau organisasi yang diwakili. Contohnya jika institusinya

---

<sup>22</sup> Ahmad Fuad Afdhal, *Tips & Trik Publik Relations*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), hlm 260.

madrasah maka publiknya merupakan masyarakat *internal* ataupun *eksternal* juga sumber daya manusia di institusi tersebut. *Public* adalah bagian dari masyarakat yang memiliki hubungan, baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap institusi.<sup>23</sup>

Dalam sejarahnya istilah *Publik relations* merupakan sebuah teknik menguat dengan aktivitas yang dilakukan oleh pelopor Ivy Ledbetter Lee yang tahun 1906 berhasil menanggulangi kelumpuhan industri batu bara di Amerika Serikat dengan sukses. Atas upayanya ini ia diangkat menjadi *The Father of Publik Relations*.

Perkembangan *Publik relations* sebenarnya bisa dikaitkan dengan keberadaan manusia. Unsur-unsur memberi informasi kepada masyarakat, membujuk masyarakat, dan mengintegrasikan masyarakat, adalah landasan bagi masyarakat *Publik relations*.<sup>24</sup> *Publik relations* yang diterjemahkan menjadi hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian. Pertama, *publik relations* dalam artian sebagai teknik komunikasi atau *technique of communication* dan kedua, *publik relations* sebagai metode komunikasi atau *method of communication*.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm 143.

<sup>24</sup> M Fikri Akbar, Yuli Evadianti, and Immawati Asniar, *Public Relations* (Ikatan Guru Indonesia, 2021).

<sup>25</sup> Ni Luh Kardini and others, *Manajemen Public Relation* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

Menurut Frank Jefknis *public relations* adalah sesuatu yang merangkum komunikasi baik didalam atau diluar dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik berdasarkan rasa saling pengertian. *public relations* juga harus berkenan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan pengetahuan, karena melalui kegiatan tersebut diharapkan nantinya akan muncul dampak perubahan yang positif.<sup>26</sup> *Public relations* merupakan sebuah usaha manajemen melalui proses berkelanjutan untuk memperoleh *goodwill* (kemauan baik) yang didapat dari pelanggan, pegawai, serta publik yang lebih luas dalam mengadakan analisi dan perbaikan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah suatu tindakan menjaga reputasi publik yang dimulai mengenai apa yang kita lakukan, apa yang kita katakan, dan apa yang orang lain katakan mengenai kita. Kegunaan *public relations* merupakan disiplin ilmu yang bertugas menjaga reputasi lembaga ataupun organisasi dengan mendapatkan pemahaman dan dukungan, kegiatan ini merupakan usaha terencana dan berkesinambungan dalam mempertahankan citra baik suatu lembaga atau organisasi dengan publiknya.

---

<sup>26</sup> Syaifuddin S. Gassing & Suryanto, *Publik Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm 7-11.

## 2. Tujuan *Publik Relations*

*Publik Relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja untuk membangun dan mempertahankan hubungan timbal balik antar organisasi dan masyarakat dengan kata lain *Publik Relations* digunakan untuk menjalin komunikasi. Tujuan dari seorang *public relations* dalam menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra baik dari suatu lembaga atau organisasi kepada publik secara *internal* maupun *eksternal* dengan menyesuaikan dengan kondisi publik yang bersangkutan serta memperbaiki citra yang jika sewaktu-waktu mengalami penurunan atau rusak.

Ada banyak sekali pendapat para penulis tentang tujuan dari *Publik Relations* antara lain:

- 1) Bonar merumuskan tujuan *Publik Relations* adalah:
  - a. *Publik understanding* (pengertian publik).
  - b. *Publik confidence* (kepercayaan publik).
  - c. *Publik support* (dukungan publik).
  - d. *Publik cooperation* (kerjasama publik).
- 2) Menurut Rosady Ruslan adalah:
  - a. Menumbuhkembangkan citra Perusahaan yang positif untuk public eksternal atau masyarakat dan konsumen.

- b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan Perusahaan.
- c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *Public Relations*.
- d. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.<sup>27</sup>

Secara teoritis pembagian kegiatan *public relations* terbagi menjadi dua. Tujuan berdasarkan kegiatan internal dan tujuan berdasarkan kegiatan eksternal. Adapun tujuan *public relations* berdasarkan kegiatan *internal relations* mencakup beberapa hal yaitu:

1. Mengadakan penilaian terhadap sikap tingkah laku serta opini publik terhadap lembaga atau organisasi.
2. Mengadakan Analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang dijalankan, untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan lembaga atau organisasi.
3. Memberikan penjelasan kepada publik karyawan mengenai kebijakan lembaga atau organisasi yang bersifat objektif menyangkut berbagai aktivitas rutin lembaga atau organisasi dan

---

<sup>27</sup> Nelly Armayanti, Dodi Pramana, and S Sos, *Public Relation* (Merdeka Kreasi Group, 2022).

juga menjelaskan mengenai perkembangannya agar nantinya karyawan tidak mengalami miskomunikasi.

4. Merencanakan penyusunan staff yang efektif untuk penugasan bersifat internal *public relations* dalam lembaga atau organisasi tersebut.<sup>28</sup>

Kemudian terdapat juga tujuan *public relations* berdasarkan kegiatan *eksternal relations*, yang digunakan untuk mendapat dukungan public. Pengertian dari dukungan publik disini meliputi:

1. Memperluas relasi
2. Memperkenalkan lembaganya pada public
3. Mencari dan menarik perhatian publik terhadap lembaganya
4. Memperbaiki citra lembaga guna mendapatkan opini publik yang positif.

### **3. Ruang lingkup *Publik Relations***

Sebagai ilmu pengetahuan *Publik relations* masih relative baru bagi masyarakat Indonesia. *Publik relations* sendiri merupakan gabungan berbagai ilmu dan termasuk dalam jajaran ilmu-ilmu sosial seperti halnya ilmu politik, ekonomi, sejarah, psikologi, sosiologi, komunikasi dan lain-lain. Dalam kurun waktu 100 tahun terakhir ini

---

<sup>28</sup> Danandjaja, *Peran Humas dalam Perusahaan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 22.

*Publik relations* mengalami perkembangan yang sangat cepat. Namun perkembangan *Publik relations* dalam setiap negara itu tidak sama baik bentuk maupun kualitasnya. Proses perkembangan *Publik relations* lebih banyak ditentukan oleh situasi dan masyarakat yang kompleks.<sup>29</sup>

*Publik relations* merupakan pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi.<sup>30</sup> dengan menerapkan unsur-unsur komunikasi pada setiap program serta kegiatannya. Penerapan unsur komunikasi yang digunakan oleh *publik relations* pada komunikasi stakeholder baik secara internal maupun eksternal, dengan bertujuan untuk menciptakan citra positif dimata publik yang berdampak pada kemudahan lembaga dalam meraih prestasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.<sup>31</sup>

Ruang lingkup *publik relations* sendiri sangat luas yang mencakup seluruh kegiatan komunikasi, komunikasi *publik relations* tidak hanya bergantung pada opini publik baik secara internal maupun eksternal akan tetapi tergantung juga pada karakteristik organisasi dalam menjalankan visi misi untuk mencapai tujuannya. Semakin luas komponen publik yang berkepentingan terhadap organisasi maka

---

<sup>29</sup> Akbar, Evadianti, and Asniar.

<sup>30</sup> Ilona V Oisina Situmeang, 'MODUL PENGANTAR PUBLIC RELATIONS', 2015.

<sup>31</sup> Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso, and Andre Noevi Rahmanto, 'Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus Di Sma Negeri 1 Surakarta)', *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.2 (2013).

elemenya juga akan semakin luas, beragam dan permasalahan juga semakin kompleks. Menurut Cutlip ruang lingkup *publik relations* dapat dipadatkan menjadi lima bidang pekerjaan diantara lain:

1. Publisitas

Merupakan sebuah kegiatan yang sering dilakukan oleh *public relations*, yaitu dengan menempatkan sebuah berita seseorang, organisasi atau lembaga di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya *public relations* dalam memberitakan informasi penting lembaga untuk diberitakan di media massa, selain itu publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah tanpa publisitas *public relations* akan kekusahan dalam memberitahukan informasi lembaga yang berada dibawah kinerjanya.<sup>32</sup>

2. Pemasaran

*Public relations* dalam sebuah organisasi atau lembaga yang bertujuan dalam mencari keuntungan haruslah bekerja secara efektif dan menjadi tujuan dai visi misi lembaga, dalam praktiknya pekerjaan bagian pemasaran meliputi: melakukan penelitian, mengembangkan citra madrasah dan mempromosikan

---

<sup>32</sup> S H Morissan, *Manajemen Public Relations* (Kencana, 2014).



ke masyarakat, hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk lebih mengenal organisasi atau lembaga tersebut.<sup>33</sup>

### 3. *Public Affairs*

*Public Affairs* dapat didefinisikan sebagai: *A specialized part of public relations that builds and maintains governmental and local community relations in order to influence public policy.* (Bidang khusus *public relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintahan dan komunitas agar mempengaruhi kebijakan publik).<sup>34</sup> Dari definisi ini menunjukkan bahwa terdapat dua pihak yang menjadi fokus perhatian *public affairs*, yaitu pemerintahan dan masyarakat lokal, hal ini dilakukan untuk menggambarkan interaksi organisasi dengan pihak-pihak penting yang berkaitan dengan lembaga.

### 4. Manajemen Isu

Manajemen isu (*issue management*) merupakan upaya organisasi untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul ditengah masyarakat. Tanggapan yang baik sangat diperlukan agar isu atau opini publik tidak berkembang secara negatif sehingga nantinya akan merugikan lembaga, selain itu juga agar isu tersebut

---

<sup>33</sup> Morissan.

<sup>34</sup> Radita Gora and M M S Sos, *Riset Kualitatif Public Relations* (Jakad Media Publishing, 2019).

tidak berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan. Upaya dalam mengatasi hal ini adalah dengan cara melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul lalu dilakukan riset atau penelitian oleh *public relations*.<sup>35</sup>

#### 5. Hubungan Investor

##### a) Membina hubungan dari dalam (*public internal*)

Yang dimaksud publik internal merupakan publik yang menjadi bagian dari unit/ badan/ perusahaan atau organisasi itu sendiri contohnya seperti stakeholder, karyawan

##### b) Membina hubungan dari luar (*public eksternal*)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran positif publik terhadap lembaga yang diwakilinya.<sup>36</sup>

#### 4. Fungsi *Public Relations*

Dasar-dasar fungsi *Public relations* ditemukan dalam revolusi Amerika, ketika ada gerakan yang direncanakan dan dilaksanakan. Pada

---

<sup>35</sup> Priscilla Murphy, 'Chaos Theory as a Model for Managing Issues and Crises', *Public Relations Review*, 22.2 (1996), 95–113.

<sup>36</sup> Artis Artis, 'Strategi Komunikasi Public Relations', *Sosial Budaya*, 8.2 (2011), 184–97.

dasarnya, masing-masing periode perkembangan memiliki perbedaan dalam strategi mempengaruhi publik, menciptakan opini publik demi perkembangan organisasinya.

Fungsi *public relations* sendiri membantu organisasi atau lembaga ialah melakukan aksi kepada publik dengan tujuan memperoleh pengertian dan dukungan, *public relations* merupakan sebuah disiplin dalam memelihara reputasi dengan memahami, mendukung dan memengaruhi perilaku serta opini publik. Aktivitas *public relations* sendiri meyenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways traffic communication*) antara lembaga dengan publik dengan tujuan menciptakan saling pengertian demi kemajuan lembaga atau citra lembaga tersebut. Kegiatan *public relations* erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

Terdapat dua fungsi *Publik Relations* yaitu fungsi konstruksi dan fungsi korektif. Dalam fungsi konstruktif seorang *Publik Relations* mendorong semua aktivitas/kegiatan yang dilakukan Perusahaan atau organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif *Publik Relations* diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah Perusahaan atau organisasi terjadi masalah-masalah dengan

publik maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut.<sup>37</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy merumuskan bahwa fungsi *Publik Relations* sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum. Pendapat tersebut memberikan Gambaran bahwa fungsi *Publik Relations* yaitu untuk menciptakan komunikasi dua arah guna untuk menyebarkan informasi kepada publik. Adanya komunikasi tersebut juga dapat menyalurkan opini publik tentang organisasi.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Armayanti, Pramana, and Sos.

<sup>38</sup> Muhammad Muhlis, 'Manajemen Public Relations Dalam Meningkatkan Kerjasama Madrasah Dengan Masyarakat', *Academy of Management Learning & Education*, 4.1 (2005), 75–91.

Kemudian menurut Bertram R. Canfield dalam bukunya “*Publik Relations Principles and Problem*” yang dikutip oleh Danandjaja fungsi *Publik Relations* itu haruslah mencakup kepada tiga hal yaitu:

1. Membantu kepentingan public dengan baik (*serve public interest*).
2. Menjaga komunikasi yang harmonis antar lembaga dengan public baik secara *internal* maupun *ekternal* (*maintain good communication*).
3. Menjaga perilaku dan moralitas instansi dengan baik (*maintain good moral and manners*).<sup>39</sup>

Artinya bahwa fungsi *Publik Relations* adalah mengabdikan pada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik, dan kegiatan *Publik Relations* yang dijalankan haruslah menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik. dengan begitu tujuan organisasi yang berhubungan dengan publik akan tercapai dan citra positif organisasi akan tetap terjaga.

---

<sup>39</sup> Krisyantono, Rahmat, *Riset Komikasi*. (Jakarta Kencana Media Group, 2008) hal 5.

## **B. Strategi *Publik Relations***

### **1. Pengertian Strategi *Publik Relations***

Menurut Ahmad S. Adnanputra seorang praktisi *public relations* dalam menjalankan fungsinya perlu memiliki strategi untuk menjangkau sasaran baik secara internal maupun eksternal. Strategi merupakan bagian terpadu dalam sebuah rencana yang berfungsi sebagai dasar dari proses manajemen..<sup>40</sup> Dalam suatu strategi terdiri dari beberapa komponen yang berpengaruh baik secara makro maupun secara mikro yaitu lingkungan, kondisi, visi misi, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar suatu lembaga seperti:

1. Secara makro, lingkungan lembaga atau organisasi akan dipengaruhi oleh unsur kebijakan umum, budaya yang dianut, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh lembaga.
2. Secara micro, tergantung sesuai dari misi lembaga, sumber-sumber yang dimiliki, sistem pengorganisasian dan rencana program dalam jangka panjang dan jangka pendek disertai dengan sasaran yang hendak dicapai.

---

<sup>40</sup> Maman Chatamallah, 'Strategi "Public Relations" Dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus Dengan Pendekatan "Marketing Public Relations" Di Provinsi Banten', *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9.2 (2008), 393–402.

Strategi *public relations* dalam menjalin hubungan positif dengan publik internal maupun eksternal memiliki suatu pengertian yang mencakup peranan diberbagai aktivitas seperti: menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang dan meyakinkan.<sup>41</sup>

Dalam proses menciptakan image serta kepercayaan yang baik seorang *public relations* harus mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh suatu lembaga pendidikan melalui strategi kegiatan yang matang. Strategi kegiatan ini merupakan salah satu alternatif yang digunakan untuk mencapai tujuan *public relations* adapun strategi tersebut sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dalam sebuah lembaga pendidikan tersebut.
2. *Public relations* harus sudah menentukan strat.
3. Menyusun strategi yang digunakan dalam melaksanakan program perencanaan tersebut.
4. Menentukan program kerja yang akan dilaksanakan sesuai dengan rencana strategi yang telah disepakati.

---

<sup>41</sup> Akbar, Evadianti, and Asniar.

5. *Public relations* mempunyai wewenang dalam menentukan anggaran dana yang telah dipersiapkan serta daya pendukung yang bersifat khusus.<sup>42</sup>

## 2. Komponen Strategi *Publik Relations*

*Publik relations* harus memiliki pola pikir dan strategi yang banyak membutuhkan masukan-masukan dan memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi antara satu dengan yang lainnya hingga dapat menerapkan, mengimplementasikan dan mengontrol strategi yang handal. *Publik relations* dituntut untuk berfikir *strategic* serta kompleks yang nantinya digunakan untuk memunculkan suatu kebutuhan model yang lebih terstruktur dan sistematis hal ini dilakukan membantu dalam membuat Keputusan untuk lebih sederhana dalam menganalisa permasalahan serta merumuskan suatu strategi yang baik juga memberikan hasil yang memuaskan. Adapun tahapan komponen kegiatan strategi *public relations* ialah:

1. Komponen sasaran, umumnya merupakan para stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan bersama. Sasaran umum tersebut secara structural dan formal yang dipersempit melalui menyangdang opini bersama (*common opinion*), potensi polemic,

---

<sup>42</sup> Mutiara Cendekia Sandyakala, 'Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.2 (2020), 184–98.



dan pengaruhnya bagi masa depan bagi lembaga pendidikan yang nantinya menjadi perhatian sasaran khusus (*target public*).

2. Komponen sasaran strategi *public relations* yang berfungsi untuk tiga kemungkinan ke arah posisi atau dimensi yang menguntungkan. Hal ini dilakukan dengan pola “*The 3-Cs Option*” (*Conservations, Change and Crystallization*) dari stakeholder yang disegmentasikan menjadi sasaran.<sup>43</sup>

### **3. Tahapan Strategi *Publik Relations***

Strategi dalam *public relations* merupakan sebuah kegiatan ”nyata” dimana lembaga melakukan dan menyampaikan kesan terbaik untuk membangun citra positif dimata publik. Strategi *public relations* dengan menanamkan kepercayaan saja tidak cukup, citra positif yang sudah terbentuk dan dibangun harus dipertahankan dengan baik karena sangat berpengaruh terhadap reputasi lembaga. Ketika kepercayaan publik menghilang dan menimbulkan reputasi buruk akan sulit untuk dikembalikan, maka dari itu dalam merencanakan sebuah strategi harus dibuat secara matang sesuai dengan tahapannya.

Menurut Cutlip, Center & Bromm terdapat empat tahapan yang diperlukan oleh seorang *public relations* dalam membuat strategi yaitu:

---

<sup>43</sup> Akbar, Evadianti, and Asniar.

1. Mendefinisikan masalah, dalam tahapan ini dilakukan pengamatan terkait masalahh atau isu-isu yang sedang terjadi, baik secara langsung maupun isu yang terjadi di media sosial. Serta melakukan observasi terkait sikap dan opini publik terhadap isu yang sedang terjadi.
2. Perencanaan dan pemrograman informasi, setelah dilakukannya pengidentifikasian dilanjutkan dengan menyusun perencanaan agar dapat mengambil langkah yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang akan maupun sudah terjadi. Dengan membuat *planning* serta program yang matang.
3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi menurut Harold D. Laswell, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: who says what in which channel to whom with what effect? (siapa mengatakan apa dalam saluran apa kepada siapa dengan efek apa?).<sup>44</sup> Pada tahap ini perencanaan yang sudah disusun dijalankan untuk mencapai tujuan lembaga sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati.

---

<sup>44</sup> Selvina L Lengkong, Mariam Sondakh, and J W Londa, 'Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)', *Acta Diurna Komunikasi*, 6.1 (2017).

4. Evaluasi program pada tahap ini kegiatan yang akan dilaksanakan harus melalui pengukuran programnya apakah sudah mencapai tujuan atau tidak.<sup>45</sup>

## C. Strategi *Publik Relations* dalam Pengembangan Citra Madrasah

### 1. Pengembangan Citra Madrasah

Istilah madrasah berasal dari Bahasa Arab yaitu “*darasa*”, “*yadrusu*”, “*darsan*”, serta “*madrasah*” yang memiliki arti keterangan tempat secara harfiah yaitu tempat belajar agama atau tempat yang dijadikan untuk memberikan pelajaran dari akar kata *darasa* juga bisa diturunkan kata *midas* yang berarti buku yang dipelajari ditempat atau tempat belajar.<sup>46</sup> Dikarenakan pada zaman dahulu Naskoten menentang adanya aktivitas pendidikan di masjid yang nantinya bisa mengganggu ketenangan dan kekhusukan ibadah maka dicari solusi alternatif untuk membangun ilmu pengetahuan dan pendidikan umum dengan berbijak pada motif keagamaan akhirnya dibangunlah lembaga yang sering kita dengar yaitu madrasah.

Citra madrasah memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan masyarakat untuk melakukan sebuah tindakan karena

---

<sup>45</sup> Suci Rahmawati and Susi Andriani, ‘Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertide Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan’, *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2023), 237–54.

<sup>46</sup> Abin Syamsudin Makmun, ‘Pengelolaan Pendidikan’, *Bandung, Pustaka Eduka*, 2010.

lembaga yang memiliki citra positif di masyarakat akan memiliki keunggulan tersendiri. Menurut Gronross, dikutip oleh Sutisna mendefinisikan peran citra bagi sebuah institusi yaitu:<sup>47</sup> citra yang menceritakan sebuah harapan, penyaring dalam mempengaruhi sebuah persepsi aktivitas, fungsi pengalaman dan harapan masyarakat, pandangan yang membuat sebuah gairah lembaga.

Citra sendiri merupakan serangkaian perasaan, penilaian yang diorganisasikan kedalam system kegiatan manusia atau pengetahuan pribadi yang diyakini keberadaannya.<sup>48</sup> Tanpa adanya citra sebuah lembaga akan berada dalam suasana yang tidak pasti karena citra merupakan gambaran mengenai realitas. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah kata benda: gambar, rupa, gambaran. Gambaran disini memiliki arti mengenai ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang atau lembaga, citra memegang berbagai gambaran yang saling terhubung terdiri dari banyaknya objek yang menyatu dan terinterpretasikan melalui sebuah bahasa.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> S E Sutisna, 'Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran', 2002.

<sup>48</sup> Elvinaro Ardianto, 'Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat Dan Harian Kompas Sebagai Public Relations Politik Dalam Membentuk Branding Reputation Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.1 (2012), 14–57.

<sup>49</sup> Nur Khafifah, 'Strategi Public Relations PT Amsafe Indonesia Dalam Membangun Citra Perusahaan' (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...).

Citra sendiri merupakan tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dipakai bagi dunia hubungan masyarakat atau *public relations*. Citra adalah *a picture of mind* gambaran yang ada didalam benak seseorang. Menurut Canton citra adalah kesan, perasaan dan gambaran diri public terhadap lembaga ataupun organisasi. Citra diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang difikirkan setiap individu terhadap suatu objek, bagaimana mereka memahami apa yang mereka sukai atau tidak sukai mengenai lembaga atau organisasi tersebut.

Dengan citra yang baik diharapkan madrasah mampu menjembatani harapan masyarakat. fakta menunjukkan bahwa sebuah lembaga yang memiliki citra dan reputasi yang bagus biasanya memiliki keuntungan sebagai berikut:

- a. Hubungan baik dengan para tokoh masyarakat
- b. Hubungan positif dengan organisasi masyarakat
- c. Memiliki rasa bangga pada organisasi dan masyarakat
- d. Saling pengertian antara sesama, baik secara *internal* maupun *eksternal*
- e. Meningkatkan kesetiaan para staf lembaga

## 2. Pelaksanaan *Publik Relations* dan Tantangan

*Public relations* merupakan bagian integral dalam suatu lembaga yang memiliki tugas menciptakan citra positif serta mengharmonisasikan madrasah dengan masyarakat sekitar, hal ini dibutuhkan dalam mendukung performa madrasah baik di *internal* maupun *eksternalnya*. Agar visi dan misi madrasah tercapai dibutuhkan seorang *public relations* yang memiliki strategi dalam menggarap persepsi para stakeholder yang mendukung madrasah dalam mencapai tujuannya.<sup>50</sup>

Dalam mempertahankan citra madrasah seorang *public relations* tentunya harus memilih dan menerapkan strategi terbaik, dengan membentuk komunikasi harmonis dengan seluruh pihak atau stakeholder yang berperan dalam mengusahakan tujuan madrasah. Seorang *public relations* tidak hanya harus memiliki technical skill dan managerial skill dalam keadaan normal, tetapi juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan.

Menurut Rachmat Kriyantono publikasi program kegiatan *public relations* memiliki fungsi untuk membangun citra dan media

---

<sup>50</sup> Lengkong, Sondakh, and Londa.

komunikasi dengan publiknya. Hal ini dikarenakan publikasi memiliki peran penting dalam menyampaikan atau menyebarkan informasi kepada publiknya. sehingga memberikan dampak kegiatan publikasi positif untuk menjalin hubungan sekolah dengan pihak internal maupun eksternal juga untuk membangun citra sekolah.<sup>51</sup>

Usaha dari pelaksanaan *public relations* dalam menciptakan sebuah hubungan dan opini yang baik antara lembaga dengan publiknya berguna sebagai input bagi lembaga yang bersangkutan. Karna dapat disimpulkan bahwa program pelaksanaan PR lebih berorientasi untuk membangun citra positif lembaganya, jika fungsi PR dilaksanakan dengan baik akan menjadi alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi dan suasana lingkungan yang kondusif.

Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam sebuah bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecah masalah PR yang dihadapi. Pelaksanaan program ini dapat berupa program tindakan

---

<sup>51</sup> Tia Ayu Ningrum, 'Pelaksanaan Public Relations Di SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat', *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, 2.1 (2020), 747–54.

ataupun program khusus yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.<sup>52</sup>

Dalam mengembangkan citra madrasah, seorang *public relations* harus melakukan upaya-upaya dalam meningkatkan citra positif sekolah antara lain:

- a. Mengadakan acara ceramah ilmiah terhadap siswa, guru dan karyawan dengan menghadirkan pembicara sesuai dengan berbagai bidang tertentu, hal ini dilakukan guna menambah wawasan keilmuan publik *internal* sekolah.
- b. Menyelenggarakan seminar, pelatihan-pelatihan, workshop guna meningkatkan SDM guru yang lebih kompetensi dan professional.
- c. Melakukan pelatihan pemanfaatan teknologi dan komunikasi dalam setiap kegiatan pembelajaran.
- d. Meningkatkan prestasi sekolah melalui event perlombaan berbentuk kompetensi dalam bidang akademik maupun non akademik.
- e. Mengadakan kegiatan study banding kepala sekolah yang lebih maju atau sekolah favorit sebagai langkah untuk meningkatkan mutu sekolah.

---

<sup>52</sup> Sisilia Herlina, 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang', *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4.3 (2015).



- f. Menjadikan sekolah sebagai model percontohan bagi sekolah lainnya, bertujuan untuk membagikan tips yang dilakukan dalam mencapai suatu keberhasilan dan kesuksesan.
- g. Memaparkan atau mensosialisasikan rencana, pelaksanaan, dan hasil dari suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak sekolah.
- h. Membuat saluran komunikasi antar pihak sekolah dengan orang tua melalui pemanfaatan media sosial.
- i. Menunjang sarana dan prasarana pendidikan yang mendukung terlaksanakannya kegiatan belajar mengajar yang bermutu.<sup>53</sup>

Tentu saja tidak semua program PR akan terlaksana dengan baik, pasti setiap program pelaksanaannya akan menemui beberapa hambatan baik secara internal maupun eksternal yaitu:

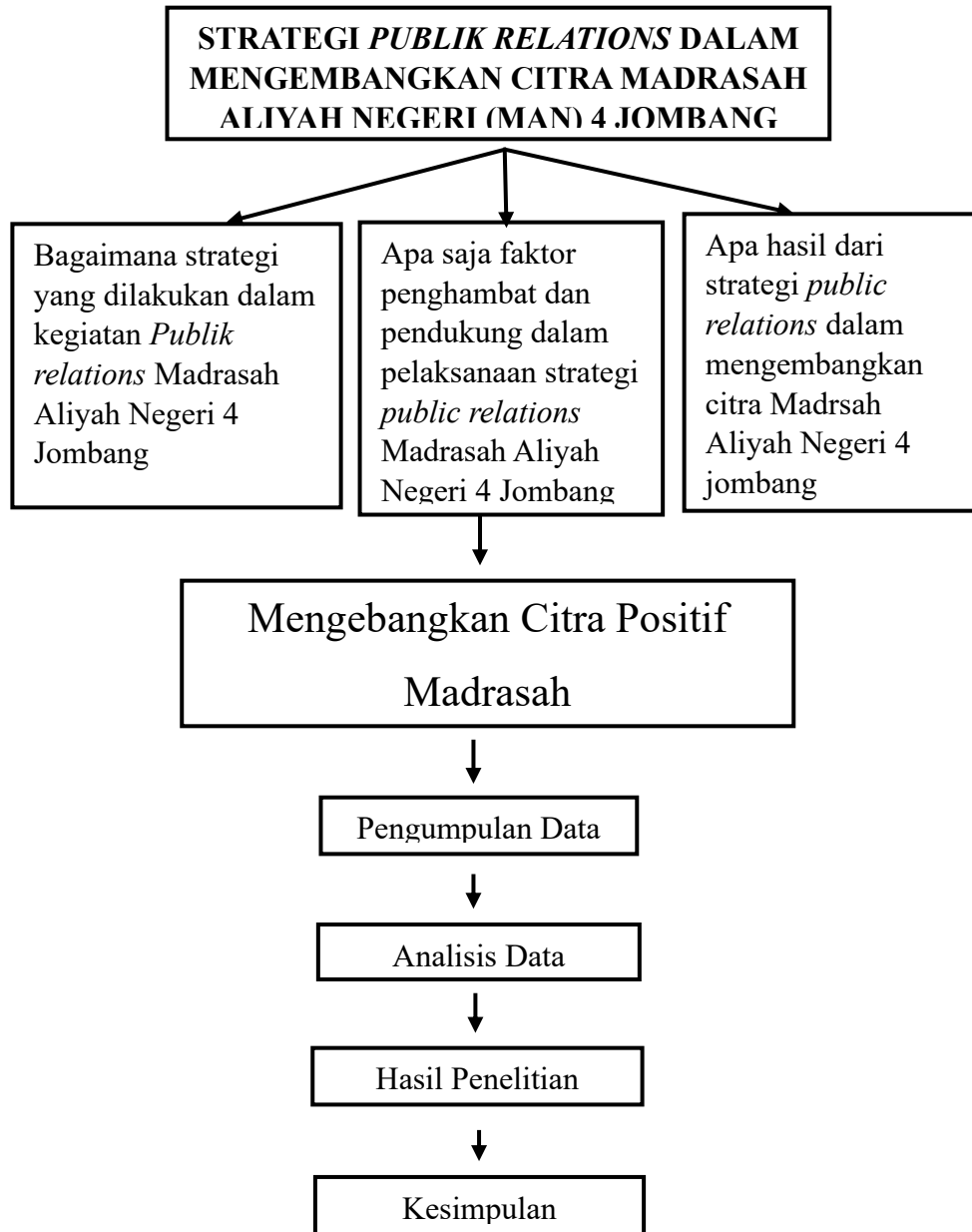
- 1. Terbatasnya SDM dalam pelaksanaan program PR
- 2. Anggaran sekolah yang terbatas
- 3. Kurangnya kepercayaan antara *stakeholder* dengan lembaga
- 4. Konsep dan Implementasi yang kurang matang.
- 5. Feedback program PR yang tidak sesuai dengan rencana yang telah disepakati.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Deisye Supit, Danny A Masinambow, and Fentje Ferry Assa, *MANAJEMEN DALAM PENDEKATAN KOMUNIKASI PENDIDIKAN MASYARAKAT* (Mafy Media Literasi Indonesia, 2023).

<sup>54</sup> Pasha Syahrinsa Maulana and Subhan Afifi, 'Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1.2 (2021).

#### D. Kerangka Berfikir



**Bagan 1. 1 Kerangka Berfikir**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini membutuhkan adanya data yang digunakan sebagai perolehan sebuah informasi. dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mana penelitian kualitatif deskriptif ini digunakan untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif, penelitian kualitatif deskriptif juga diartikan sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang terjadi dan dialami oleh objek penelitian dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks kasus alamiah dengan memanfaatkan berbagai macam metodologi ilmiah.<sup>55</sup> Lebih tepatnya, peneliti melakukan penelitian melalui proses penyelidikan mengenai suatu tradisi metodologis yang dilakukan dengan mengeksplorasi masalah sosial atau manusia yang ada di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang namun penelitian ini lebih berfokus pada strategi apa yang digunakan *publik relations* Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang dalam mengembangkan citra madrasahnyanya.

Pada penelitian kali ini peneliti melakukan pemahaman serta pengamatan mengenai strategi *publik relations* yang telah di terapkan di Madrasah Aliyah

---

<sup>55</sup> Dea Siti Ruhansih, 'EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015)', *QUANTA*, 1.1 (2017), 1–10.

Negeri (MAN) 4 Jombang, sehingga dapat membantu dalam mengembangkan citra di sekolah tersebut.

Hasil penelitian kualitatif deskriptif memaparkan hasil data yang disatukan baik berupa gambar, perkataan, maupun tingkah laku yang kemudian penulis ungkapkan hasil penelitian tersebut dalam bentuk kalimat. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra suatu lembaga tersebut serta apa saja hambatan-hambatan dalam mempertahankan citra positif di lembaga Pendidikan tersebut.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini berada di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang yang terletak di desa denanyar selatan, Kec. Denanyar, Kab Jombang Jawa Timur tepatnya di JL. Imam Bonjol, Denanyar Selatan, Denanyar, Jombang, Jawa Timur 61419. Letak sekolah berada dipinggir jalan raya besar dan satu kompleks dengan Pondok Pesantren Mamba'ul Ma'arif.

Lokasi ditentukan berdasarkan beberapa faktor, diantaranya adalah:

1. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang ini termasuk lembaga Pendidikan yang memiliki keunggulan-keunggulan tertentu dalam mengembangkan citra positif madrasah sehingga peneliti tertarik dalam memilih objek penelitian.
2. Kelayakan objek sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk memperoleh data yang mendukung tercapainya tujuan atau maksud penelitian.
3. Lokasi penelitian cukup strategis dan mudah dijangkau oleh peneliti.

### **C. Kehadiran Peneliti**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrument kunci utama sekaligus pengumpul data. Instrumen yang dimaksud disini adalah manusia (Peneliti) yakni dialah sebagai alat untuk menjadi perantara orang lain dalam memahami makna hubungan antar manusia baik gerakan ucapan atau makna yang terkandung dalam hati seseorang tersebut. Maka dapat dikatakan bahwasanya kehadiran seorang peneliti memang sangat dibutuhkan terutama dalam hal terjun ke lapangan karena pada jenis kualitatif deskriptif ini peneliti mengumpulkan data yang di butuhnya.

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai observer yang bertugas mewawancarai narasumber untuk mendapatkan data-data terperinci yang terkait dengan adanya strategi *public relation* yang ada di sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang tersebut. Adapun instrumen-instrumen lain yang digunakan selain manusia itu sendiri adalah alat-alat bantu seperti dokumen

penting penunjang keabsahan hasil penelitian, baik berupa foto, video dan juga audio yang membantu peneliti dalam mendapatkan informasi. Namun tentu saja instrumen tersebut hanya berfungsi sebagai instrumen pendukung, bukan instrumen utama. Dengan begitu, kehadiran peneliti secara langsung dan bersifat aktif terhadap narasumber dan sumber data lainnya mutlak dibutuhkan agar tidak terdapat jarak dengan sumber data.

#### **D. Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian merupakan sekumpulan aspek yang berupa orang, organisasi, atau pula sesuatu yang dapat memberikan informasi dan cukup untuk memenuhi syarat kelengkapan data pada informasi. Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya yaitu:

1. Kepala sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang yang memberikan informasi tentang pandangan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah (wawancara dan dokumentasi).
2. Tata Usaha pemberi informasi 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 memberikan informasi mengenai strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah, program madrasah.
4. Komite madrasah sebagai penilai terhadap citra madrasah.

## E. Data dan Sumberdata

Selain menggunakan data yang sesuai peneliti juga perlu menetapkan Teknik dan alat pengumpulan data yang tepat. Data merupakan Kumpulan dari suatu fakta yang mengandung beberapa informasi.<sup>56</sup> data dalam penelitian ini berisi tentang strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang.

Sumber data itu sendiri dibagi menjadi dua bagian yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer.

### 1. Data prime

Data primer yang diperoleh oleh peneliti merupakan sumber data yang langsung memberikan data ke peneliti berupa wawancara serta observasi yang dilakukan oleh peneliti

Adapun informan penelitian yang dipilih peneliti adalah:

- a. Kepala sekolah sebagai orang yang memberikan informasi tentang pandangan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah (wawancara dan dokumentasi).
- b. Waka Humas sebagai bawahan serta orang yang menjalankan strategi pengembangan citra madrasah.

---

<sup>56</sup> Haidir Salim, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis* (Kencana, 2019).

- c. Waka Kesiswaan sebagai bahawan serta orang mengatur peserta didik dalam setiap aktifitasnya.
- d. Tata usaha sekolah.
- e. Komite Madrasah sebagai penilai citra madrasah.

## 2. Data Skunder

Data skunder ini merupakan pengolahan data primer dan disajikan dalam bentuk tabel atau diagram, oleh pihak pengumpul data, atau biasa dikenal dengan data yang bersumber dari berbagai dokumen yang ada di suatu lembaga maupun instansi yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Adapun data skunder yaitu seperti Bagaimana citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang dimata masyarakat, bagaimana strategi yang dilakukan *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang, apa saja hambatan-hambatan dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang. Dalam hal ini peneliti mengambil sumber data skunder melalui dokumentasi beserta foto prestasi dan Upaya yang *public relations* dalam mengembangkan citra sekolah tersebut.

Dokumen yang diambil pada penelitian ini adalah dokumen yang berhubungan dengan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra sekolah tersebut.



Sedangkan foto yang dibutuhkan oleh peneliti adalah foto mengenai strategi strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Pada penelitian kali ini, peneliti merupakan instrumen yang utama dalam hal pengumpulan data. Kehadiran peneliti dalam mencari dan menemukan data yang sesuai maupun tidak sesuai dengan masalah yang diteliti oleh peneliti. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dilaksanakan dengan baik, selektif, serta teliti untuk mendapatkan informasi, dan bersungguh-sungguh dalam pengambilan data yang sesuai dengan apa yang ada di lapangan, sehingga data yang dikumpulkan benar-benar relevan dan terjamin kebenarannya. Dalam penelitian ini kehadiran peneliti sangatlah penting karena peneliti merupakan perencana, pelaksana, analisis, penafsiran data hingga pada akhirnya peneliti menjadi pelopor hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Pada jenis penelitian kualitatif, sumber data yang utama atau biasa disebut dengan data primer biasanya Teknik pengumpulan datanya banyak di dapatkan dengan cara observasi ataupun wawancara secara mendalam dan juga dokumentasi.<sup>57</sup> Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk memperoleh

---

<sup>57</sup> Dr Sugiyono, 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D', 2013.

suatu informasi tentang penelitian. Adapun Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Peneliti melakukan Observasi dalam pengumpulan data, dalam hal ini peneliti mengamati serta meneliti secara langsung apa saja yang ada di lapangan. Dalam hal ini peneliti melakukan kunjungan secara langsung ke Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang untuk menggali berbagai informasi terkait strategi *public relations* dalam mengembangkan citra sekolah sehingga sekolah tersebut dapat dikatakan citra positif dimata masyarakat. Melalui observasi yang dilakukan maka peneliti dapat memperoleh banyak informasi terkait hal-hal yang dibutuhkan.

2. Wawancara

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara yang mana kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti.<sup>58</sup> Wawancara dilakukan secara mendalam terutama mengenai strategi *public relations* di sekolah tersebut, Adapun orang yang kita wawancarai adalah Kepala sekolah, Tata usaha, Waka humas, dan Masyarakat sekitar.

---

<sup>58</sup> F R S Edi, 'Teori Wawancara Psikodiagnostik (Pertama)' (LeutikaPrio, 2016).

### 3. Dokumentasi

Pada Teknik ini peneliti melakukan Teknik dokumentasi yaitu bertujuan untuk memperoleh data dan informasi dalam buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.<sup>59</sup>

Penggunaan metode dokumentasi ini adalah sebagai pelengkap baik dari hasil observasi maupun wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

## H. Analisis Data

Setelah peneliti mendapatkan data maka dalam penelitian kualitatif peneliti melakukan analisis data, analisis data ini disebut dengan proses Menyusun serta memilih data secara sistematis setelah peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan hal ini tentu bertujuan untuk menemukan hal yang sekiranya masih belum jelas dalam penelitian. dalam hal ini peneliti menggunakan model analisi deskriptif menurut Miles dan Huberman (1984), yakni melalui 3 tahapan diantaranya:

#### 1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Dalam penelitian yang saya lakukan reduksi data berupa penggolongan, penyederhanaan serta penyeleksian data yang sekiranya data yang diperlukan dan data yang tidak diperlukan sehingga hal ini dapat

---

<sup>59</sup> P Dr, 'Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', CV. Alfabeta, Bandung, 25 (2008).

memudahkan peneliti untuk memahami data yang telah diperoleh. Karena pada dasarnya banyak data yang diperoleh oleh peneliti di lapangan namun data tersebut masih membutuhkan penyelesaian agar menghasilkan data yang sebenarnya.

## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Peneliti melakukan penyajian data melalui mengumpulkan informasi atau data yang diperoleh kemudian disusun sehingga mudah dipahami dan mudah disimpulkan, hal tersebut dilakukan untuk mempermudah dalam menarik kesimpulan. penyajian data kualitatif ini bisa berbentuk teks narasi dari catatan lapangan, grafik, bagan, diagram, tabel, dan lainnya. Pada penelitian ini peneliti menyajikan data berupa teks narasi

## 3. Menarik kesimpulan atau Verifikasi (*conclusion drawing/verification*)

Pada tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi ini merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif, pada tahapan ini peneliti memverifikasi data secara konsisten selama proses pengumpulan data yang ada di lapangan. Peneliti juga harus meneliti kembali terkait kebenaran serta validitas dari data pada saat penelitian dilakukan.

## **I. Pengecekan Keabsahan Data**

Setelah melakukan analisis data maka dalam penelitian kualitatif peneliti melakukan pengecekan ulang dalam hal ini Keabsahan data diartikan sebagai validasi dalam penelitian kualitatif.<sup>60</sup> Pengecekan keabsahan data merupakan langkah peneliti untuk membuktikan bahwa informasi maupun data-data yang didapatkan merupakan data yang valid yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Masalah yang didapatkan saat penelitian kemungkinan besar bisa mengalami perubahan. Maka untuk memastikan hal tersebut peneliti melakukan beberapa Teknik dalam pengecekan keabsahan data diantaranya adalah:

### **1. Perpanjangan Pengamatan**

Pada awal penelitian biasanya seorang peneliti masih dianggap sebagai orang asing, karena pada dasarnya peneliti bukanlah orang alumni dari sekolah tersebut, sehingga biasanya informasi yang didapatkan oleh peneliti belum terbilang lengkap dan mendalam, dan masih memungkinkan banyak hal yang masih dirahasiakan. Dengan adanya perpanjangan pengamatan ini tentu membangun hubungan yang lebih erat lagi antara peneliti dengan lembaga yang diteliti sehingga dapat dikatakan hubungan yang akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga informasi yang diperlukan dapat didapatkan secara menyeluruh. Dalam perpanjangan

---

<sup>60</sup> Muh Fitrah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian, yaitu dengan cara peneliti melakukan pengamatan apakah data yang diperoleh sebelumnya itu benar atau tidak ketika dicek kembali ke lapangan. Bila setelah dicek kembali ke lapangan sudah benar, berarti sudah kredibel, maka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri oleh peneliti. Untuk membuktikan bahwa peneliti telah melakukan uji kredibilitas maka peneliti dapat melampirkan surat keterangan perpanjangan pengamatan dalam laporan penelitian.

## 2. Meningkatkan Ketekunan

Dalam hal ini peneliti perlu melakukan pengecekan Kembali terhadap data yang telah dikumpulkan benar tidaknya data, hal ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara terus menerus serta membaca berbagai situasi, refrensi buku, maupun hasil penelitian terkait sehingga wawasan peneliti menjadi luas.

## 3. Triangulasi

### a. Triangulasi Sumber

Peneliti melakukan Triangulasi sumber yakni dengan peninjauan kembali kebenaran informasi yang di dapat dari berbagai sumber.

### b. Triangulasi Teknik

Peneliti melakukan Triangulasi Teknik ini dengan pengecekan data kepada sumber yang sama namun dengan Teknik yang berbeda. Kita

ambil contoh informasi yang di dapat saat wawancara, kemudian diverifikasi dengan Teknik observasi atau Teknik dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu

Metode ini dilakukan dengan pengecekan Kembali terhadap data yang di dapat terhadap sumber serta menggunakan Teknik yang sama, namun dalam metode ini dilakukan dalam waktu maupun situasi yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menguji informan apakah data yang diberikan di awal memiliki kesamaan ataupun perbedaan, jika data tersebut berbeda maka peneliti dapat melakukan secara berulang hingga mendapatkan data yang valid.

4. Menggunakan Bahan Refrensi

Peneliti menggunakan Bahan referensi sebagai pendukung untuk membuktikan serta menguatkan data yang ditemukan oleh peneliti secara asli. Sebagai contoh, data hasil wawancara mendalam dengan informan dilengkapi rekaman audio-visual saat dilakukannya wawancara mendalam. Selain hal ini gambaran ruang atau data tentang interaksi juga harus memiliki dukungan berupa foto sebagai penguat data, dan peneliti juga harus mendapatkan data lain yang mendukung informasi yang telah di dapatkan.

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

##### **1. Profil sekolah**

Penelitian ini bertempat di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yang terletak di Jl. Imam Bonjol, Denanyar Selatan, Denanyar, Kec. Jombang, Kab Jombang, Jawa Timur. Kode pos 61419. Telp. (0321) 866442. Email: [mandenanyar.jombang@gmail.com](mailto:mandenanyar.jombang@gmail.com)

##### **2. Sejarah sekolah**

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang merupakan suatu Lembaga Pendidikan yang bernafas Islami dengan berada di bawah naungan Kementrian Agama serta lingkungan pondok pesantren Mamba'ul Ma'arif. Memiliki ciri khas islam sebagai bekal kehidupan bermasyarakat dan bekal melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang pada awalnya merupakan madrasah swasta yang didirikan pada tahun 1923 dengan nama *Madrasah Mahadi'ul Huda* oleh Hadrotus Syaikh KH. Bishri Syansuri. Beliau merupakan seorang ulama' besar yang berkaliber nasional dan juga salah satu pendiri organisasi keagamaan Nadlatul Ulama' (NU).



Kemudian pada tahun 1969 berdasarkan SK Menteri Agama Republik Indonesia No.24/1969 Madrasah tersebut dinegerikan menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Denanyar Jombang lalu kemudian pada tahun pada tahun 2016 berdasarkan SK Menteri Agama Republik Indonesia No.675/2016 Madrasah tersebut dirubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang, yang sampai saat ini keberadaannya masih terbilang eksis dan juga banyak memluluskan alumni yang menjadi politis, akademisi, birokrasi, tokoh masyarakat, dan pemimpin pondok pesantren yang tersebar luas di seluruh pelosok nusantara.

Pada tahun 2005 dalam penilaian Akreditasi Nasional tingkat Madrasah Aliyah. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang mendapatkan status akreditasi 'A' .Didukung oleh tenaga-tenaga ahli dan fasilitas pendidikan yang memadai Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang mampu mencetak banyak prestasi yang gemilang dan membanggakan.

Peserta didik yang berprestasi dalam kegiatan tingkat daerah dan nasional juga alumninya yang dapat melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi negeri dan swasta di Indonesia maupun diluar negeri seperti: Universitas Indonesia, UNESA, UIN MALIKI Malang, UIN SATU Tulungagung, UNAIR, ITS, UB, UM dan perguruan tinggi

swasta yang tersebar di Yogyakarta, Bandung, Jakarta, Malang, Surabaya dan lain sebagainya. Sedangkan untuk perguruan tinggi luar negeri seperti: *Pennsylvania State University* (Pennsylvania), *Binghamton University* (New York), *Itacha College* (New York), *Warren College* (North Carolina), *Buffalo State University* (New York), *Nazareth University* (New York), *Hobart and William Smith University* (New York), *Al Azhar* (Mesir), Yaman dan Maroko. Dengan fasilitas pendidikan dan prestasi peserta didik serta alumninya yang gemilang membuat Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang memiliki citra yang sangat baik dimata masyarakat yang mampu memperkuat eksistensi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang ditengah-tengah kehidupan masyarakat.

### **3. Visi dan Misi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang**

#### **a. Visi**

Terwujudnya Generasi Islami, Nasionalis, Cerdas, Kreatif, Mandiri, dan Berbudaya Lingkungan Sehat.

#### **b. Misi**

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka misi yang diemban Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang adalah: “Menyelenggarakan proses pendidikan dan pengajaran yang

inovatif berbasis keimanan, ketaqwaan, ilmu pengetahuan, kepemimpinan dan kewirausahaan” melalui:

- 1) Meningkatnya kualitas pendidikan dengan selalu berorientasi pada peningkatan keimanan, ketaqwaan, keagamaan, kecerdasan dan keterampilan serta pembelajaran guru dan siswa.
- 2) Tumbuh kembangnya jiwa kebangsaan melalui kegiatan kurikuler dan ekstrakurikuler.
- 3) Meningkatnya kualitas lembaga dan penataan sarana dan prasarana yang bersih, rapi, indah dan nyaman.
- 4) Terciptanya lingkungan belajar yang kondusif melalui peningkatan rasa senang dan rasa memiliki bagi para guru dan siswa terhadap madrasah.
- 5) Meningkatnya kemampuan bahasa Arab, Inggris, Kitab Kuning dan Keterampilan secara aktif dan peridik.
- 6) Meningkatnya kesadaran warga madrasah terhadap pentingnya budaya lingkungan sehat melalui pembinaan secara intensif, baik dalam bentuk kegiatan kurikuler maupun dalam ekstrakurikuler.
- 7) Terciptanya lingkungan sehat melalui kegiatan bersih lingkungan di madrasah

- 8) Meningkatnya proses pembelajaran yang efektif, kreatif dan inovatif berbasis pelestarian lingkungan.
- 9) Meningkatnya pembiasaan siswa berakhlaqul karimah melalui pembiasaan mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan.

#### 4. Identitas Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang

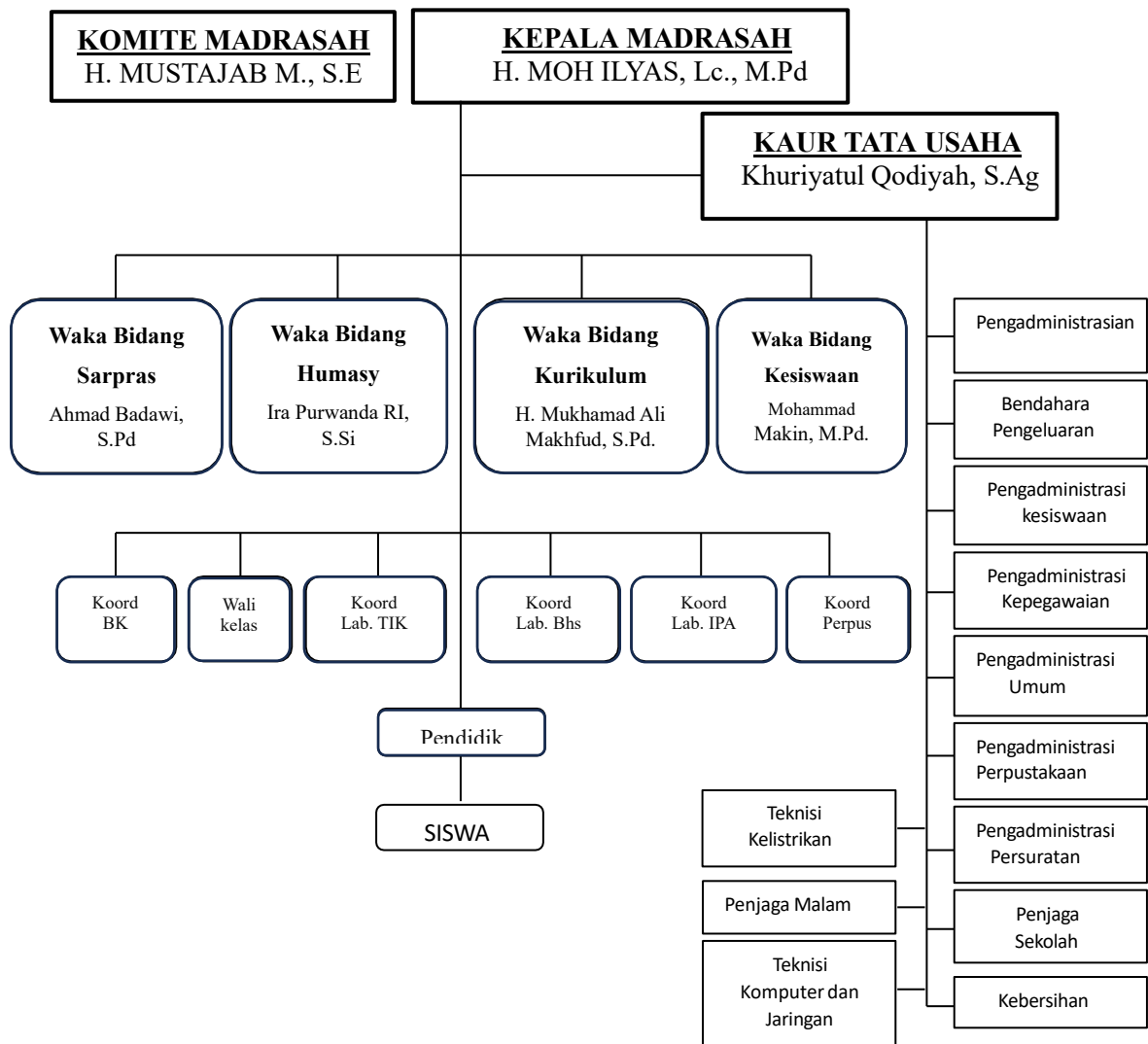
**Tabel 4. 1 Identitas MAN 4 Jombang**

1.	Nama Madrasah	Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang
2.	Alamat	
	Jalan	Jl. Imam Bonjol, Denanyar Selatan
	Kelurahan	Denanyar Selatan
	Kecamatan	Denanyar
	Kabupaten	Jombang
	Provinsi	Jawa Timur
	Nomor telepon	(0321) 866442
	Nomor Faximile	(0321) 867449
	Email	<a href="mailto:mandenanyar.jombang@gmail.com">mandenanyar.jombang@gmail.com</a>
	Kode Pos	68418
3.	Status Sekolah	Negeri
4.	Tipe Akreditasi	Terakreditasi A”(Unggul)”
5.	SK Akreditasi	
	Nomor	599/BAN-SM/SK/2019
	Tanggal	09 Juli 2019

6.	NSS	131135170004
7.	NPSN	20579956
8.	Tahun Berdiri	1962
9.	Nama Kepala Madrasah	H. Moh. Ilyas, Lc. M.M.Pd.
10.	Jumlah Pendidik pada Tahun Pelajaran 2023/2024	
	Pendidik PNS	56 Orang
	Pendidik Non PNS	66 Orang
	Tendik PNS	8 Orang
	Tendik Non PNS	17 Orang

## 5. Struktur Sekolah

Struktur organisasi di MAN 4 Jombang tahun pelajaran 2023/2024 sebagaimana dalam gambar berikut:



**Bagan 4. 1 Struktur Organisasi**

## **6. Sarana dan Prasarana Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang**

### a. Tenaga Pengajar

Memiliki 201 tenaga kependidikan mulai dari 56 Guru PNS, 66 Guru non PNS, 8 Tendik PNS dan 17 Tendik non PNS.

### b. Sarana

- 1) Musholla
- 2) Ruang tata boga
- 3) Ruang tata rias
- 4) Ruang otomotif
- 5) Internet/ *Free Hotspot*
- 6) Lapangan Olahraga
- 7) Perpustakaan
- 8) Ruang musik
- 9) Koperasi siswa
- 10) Lab. IPA
- 11) Lab. TIK
- 12) Lab. Bahasa
- 13) Kelas representatif
- 14) Ruang multimedia
- 15) Aula Kegiatan
- 16) Kamar Mandi

c. Pengembangan bakat spiritual

- 1) Qiro'atul Qur'an
- 2) Pramuka
- 3) PMR (palang merah indonesia)
- 4) Paskibra
- 5) Jurnalistik
- 6) Qosidah Modern
- 7) KIR (karya tulis ilmiah)
- 8) Olahraga (voli, futsal)
- 9) Pembinaan Bahasa Asing
- 10) Tata Boga
- 11) Tata Rias
- 12) Otomotif
- 13) *Badminton Club*

**7. Program Unggulan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Jombang**

a. Madrasah Aliyah Program keagamaan (MA PK)

Madrasah Aliyah Program Khusus (MAPK), merupakan sebuah program madrasah yang di prakarsai oleh Menteri Agama, Munawir Sadzali (1983-1988) lalu kemudia program ini digagas pada tahun 1987 sebagai sebuah proyek prestisius Departemen Agama untuk



mengantisipasi akutnya persoalan madrasah, terutama menyangkut pengkaderan ulama' (program tafaqquh fiddin).

Terdapat 11 Madrasah Aliyah Negeri Program Keagamaan (MAPK) yang tersebar diseluruh indonesia. Salah satunya yang ada di Jawa Timur adalah MAN PK yang berada di MAN 4 Jombang. Berdasarkan keputusan Menteri Agama No.73/1987 sebuah pilot project membentuk generasi baru yang lebih profesional dan berwawasan luas serta moderat agar mampu memahami perbedaan pemikiran keagamaan di tengah-tengah masyarakat sehingga bisa mewarnai berbagai macam perkembangan bangsa dan negara. Program yang diusung MAPK adalah siswa/siswi belajar dan tinggal di ma'had atau asrama yang disediakan madrasah untuk dapat mewujudkan tujuan pendidikan sesuai target.

MAPK adalah bagian dari madrasah yang ada pada saat ini dengan struktur program kurikulum yang porsi pelajaran agamanya 80% MAN PK MAN 4 Jombang memiliki program utama yaitu Tahfidul Qur'an, pembiasaan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris, serta pendalaman kitab kuning. Pembelajaran di MAN PK ini terintegrasi antara madrasah dan asrama dengan kuota 24 siswa dan 24 siswi di setiap angkatan agar pembelajaran dapat berjalan lebih intensif dan maksimal.

b. Madrasah Aliyah Program Keterampilan

Mengacu pada SK dirjen No. 5499/2019 tentang Juknis Pengelolaan Pembelajaran MA Plus Keterampilan diberlakukan mulai tahun ajaran 2020/2021, MAN 4 Jombang ditunjuk sebagai salah satu madrasah penyelenggara MA keterampilan di empat bidang yakni Multimedia, Otomotif, Tata Boga dan Tata Rias. Sesuai pedoman Madrasah Aliyah (MA) program keterampilan di atur melalui Surat Keputusan Direktur Jenderal (Dirjen) Pendidikan Islam No.1023/2016. MA Keterampilan didirikan dalam rangka meningkatkan mutu dan daya saing lulusan pendidikan Madrasah Aliyah melalui pembekalan keterampilan dan kecakapan hidup di masyarakat.

Untuk memperoleh hasil maksimal program ini harus terinteggrasi dengan kurikulum dan harus dipastikan bahwa program keterampilan di Madrasah Aliyah tidak mengurangi jumlah jam dari mata pelajaran yang ada. Dengan pola ini, diharapkan program keterampilan menghasilkan output seperti yang diharapkan. Output yang diharapkan adalah siswa yang memiliki kompetensi sesuai dengan standar inimal yang dipersyaratkan oleh dunia usaha atau dunia industri terkait.

c. Program Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK)

Program terapan bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK) adalah program yang disiapkan untuk membantu pengembangan kemampuan lulusan MA/SMA dalam meningkatkan SDM terutama dalam peningkatan kemampuan teknologi informasi di bidang komputer. Program ini diikuti oleh seluruh siswa/siswi MAN 4 Jombang kecuali MANPK. Sebagai bekal kemampuan siswa/siswi di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bidang Konsentrasi Keahlian komputer yang diambil di MAN 4 Jombang untuk kelas X tahun ajaran 2024/2025 adalah Administrasi Perkantoran. Bidang keahlian tambahan yang diberikan meliputi dasar pemrograman, animasi, desain grafis, robot, dan pembuatan aplikasi media pembelajaran dan desain website.

Pembelajaran Prodistik dilaksanakan selama 4 semester 2 semester untuk penyelesaian Tugas akhir. Di awal semester 5 kelas XII semua siswa/siswi wajib membuat Project akhir laporan akhir sebagai salah satu syarat kelulusan PRODISTIK. Setelah siswa/siswi dinyatakan lulus akan menerima sertifikat kelulusan PRODISTIK yang dikeluarkan oleh pihak ITS Surabaya.

Prodistik sendiri memiliki kegiatan yang diberikan langsung oleh pihak PRODISTIK ITS Surabaya, ada Prodistik Talks, prodistik Menyapa, dan Kuliah tamu yang di berikan untuk siswa/siswi. Prodistik memiliki lomba tahunan yang dinamakan PROCOMMIT yang diikuti oleh seluruh mitra prodistik TK. Provinsi Jawa Timur yang meliputi lomba: Film, Animasi, Media pembelajaran, Pemrograman excel, Desain ilustrasi, Iklan, Desain Grafis dsb.

d. Program Sistem Kredit Semester (SKS)

Dalam Permendikbud No.158/2014 tentang penyelenggaraan Sistem Kredit Semester pada Pendidikan dasar dan menengah Pasal 1 menyebutkan bahwa Sistem Kredit Semester selanjutnya disebut SKS adalah bentuk penyelenggaraan pendidikan yang peserta didiknya menyepakati jumlah beban belajar yang diikuti dan strategi belajar setiap semester pada satuan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan atau kecepatan belajarnya.

Pengelolaan kelas pada penyelenggaraan SKS yang dilaksanakan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah konsep gabungan kelas heterogen dan homogen. Kelas heterogen adalah kelas yang melayani peserta didik dengan tiga variasi kecepatan belajar: yaitu cepat, normal dan lambat. Pengelolaan pembelajaran dalam kelas heterogen melayani perseorangan atau individual dalam suana klasikal. Layanan

tersebut diberikan sesuai dengan gaya dan kecepatan belajarnya, maka guru dihadapkan pada kelas heterogen yang pengelolaannya mencakup 3 layanan yaitu: klasikal, kelompok dan individual.

Peserta didik yang sudah teridentifikasi kecepatan belajarnya cepat, tetap berada dalam kelasnya sampai menyelesaikan seluruh unit pembelajaran utuh sesuai beban belajar dua semester. Pada semester 3 sampai 6 siswa yang teridentifikasi KBC (Kecepatan belajar cepat) akan dikumpulkan dalam sebuah kelas tersendiri (homogen). Pada kelas ini siswa menempuh waktu pembelajaran lebih cepat yakni 2 tahun untuk lulus dari MAN 4 Jombang, dengan syarat dan kriteria tertentu

Dua model sistem rekrutmen siswa KBC tahun 2019 s/d 2023: rekrutmen berdasarkan pengajuan dari guru mapel berdasarkan hasil belajar selama semester 1 (nilai kompetensi akademik dan komitmen). Tahun 2024 rekrutmen berdasarkan hasil seleksi melalui test psikologi dan raport Mts bersamaan dengan PPDB.

Adapun Prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 1 Banyuwangi baik dari segi akademik maupun non akademik adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Data Prestasi Siswa 2019-2024**

No.	Pretasi yang Diraih	Jenis Kegiatan	Tahun	Keterangan
1.	Juara 3 Cabor Musabaqoh Tarikh Islam	UIN Sunan Ampel Surabaya	2024	Nasional
2.	Juara 1 Cabor Pecak Silat	IPSI Kab. Jombang	2024	Kabupaten
3.	Juara 1 Cabor Pecak Silat Kelas F Dewasa	IPSI Kab. Jombang	2024	Kabupaten
4.	Juara 1 Cabor Amazing Race	BKKBN Provinsi Jawa Timur	2024	Provinsi
5.	Juara Favorit Video Edukasi SHIMESCO	UIN Syarif Hidayatullah	2024	Nasional
6.	Juara 1 Cabor Fashion Show Daur Ulang	Jombang Eco Creative	2024	Kabupaten
7.	Juara 3 Cabor Jumbara PMR	PMI Kab. Jombang	2024	Kabupaten
8.	Juara 1, 2, dan 3 Cabor Cerdas Cermat Islami	Islamic Student Art Competition yang dilaksanakan di SMAN 1 Sidoarjo	2024	Provinsi
9.	Juara 2 Cabor Paskibraka	LKBB Ksatria Janaka	2024	Se- Pulau Jawa
10.	Terbaik 1 Cabor PIK-R Remaja Percontohan	BKKBN Provinsi Jawa Timur	2024	Provinsi
11	Juara 1 Cabor Lomba Baca Puisi	FLS2N Kemendikbud	2024	Kabupaten

12	Juara 3 Cabor Jurnalistik	FLS2N Kemendikbud	2024	Kabupaten
13	Juara Harapan 2 Cabor Kriya	FLS2N Kemendikbud	2024	Kabupaten
14	Juara 2 Cabor Lari 100 M	KEJURDA Kab. Jombang	2024	Kabupaten
15	Juara 3 Cabor Taqdimul Qisshoh	Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik	2024	Provinsi
16	Juara 3 Cabor Khitobah	Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik	2024	Provinsi
17	Juara 3 Cabor Essay	Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik	2024	Provinsi
18	Juara Harapan 3 Cabor Khitobah	Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik	2024	Provinsi
19	Juara 1 Cabor Cerdas Cermat Islam	Castle Outstanding Moslem Competition	2024	Provinsi
20	Juara 1 Cabor Pidato Bhs. Indonesia	MASKUMAMBANG Islamic Youth Competition	2024	Provinsi
21	Juara 3 Cabor Pidato Bhs. Indonesia	MASKUMAMBANG Islamic Youth Competition	2024	Provinsi
22	Juara 2 Cabor Olimpiade Bhs. Arab	MASKUMAMBANG Islamic Youth Competition	2024	Provinsi

23	Juara 3 Cabor Pidato Bahasa Arab	Universitas KH. A. Wahab Hasbullah	2024	Se-Jawa Bali
24	Juara 1 Cabor Da'i	FAIFEST Unipdu	2024	Provinsi
25	Juara 2 Cabor Debate Competition	FAIFEST Unipdu	2024	Provinsi
26	Juara 3 Cabor Ornamen Islam dan Miniatur	Festival Internasional Seni Ornamen dan Miniatur di Aljazair	2024	Internasional
27	Juara 1 Cabor Animasi	Procommit V.13 di ITS Suarabaya	2024	Provinsi
28	Finalis Nasional IMMB	Kemenag RI	2023	Nasional
29	Juara 3 Cabor Nahwu shorof	Uin Maulana Malik Ibrahim Malang	2023	Nasional
30	Juara 1 Cabor Musabaqoh Qiro'atil Kutub	Bahtsul Kutub Ma'had Aly	2023	Nasional



## 8. Jumlah Siswa

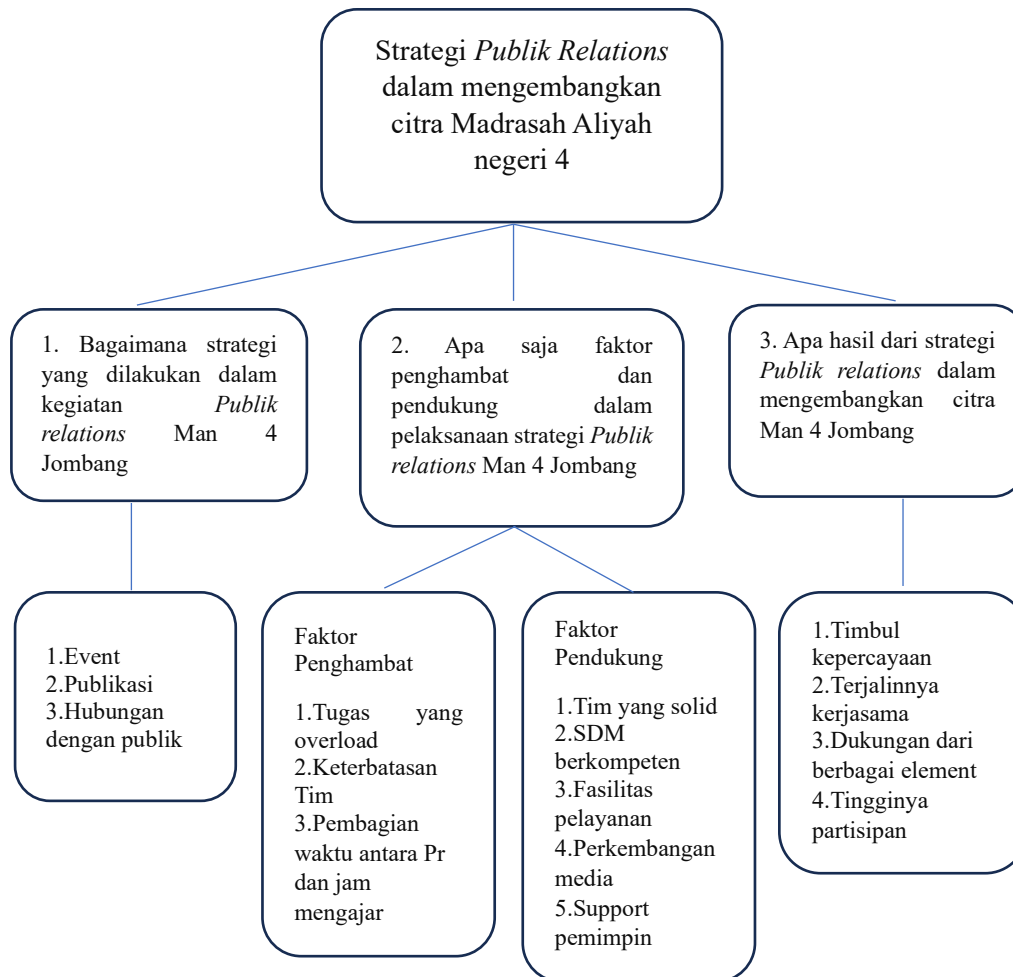
Berikut merupakan data jumlah siswa Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang lima tahun terakhir.

**Tabel 4. 3 Siswa MAN 4 Jombang**

No	Kelas	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah
1	2019-2020	606	546	452	1604
2	2020-2021	551	591	529	1671
3	2021-2022	515	509	575	1599
4	2022-2023	540	474	508	1522
5	2023-2024	554	531	468	1553

## 9. 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:



**Bagan 4. 2 Hasil Penelitian**

**B. Hasil Temuan Penelitian**

**1. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations***

**Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

a. Event

Event merupakan sebuah kegiatan yang membantu mengembangkan citra madrasah dimana nantinya peran *Publik Relations* sangat dibutuhkan

untuk mendapatkan citra positif baik dari khalayak internal maupun eksternal.

Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Humas ibu Ira Purwanda bahwa:

“Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ini selalu aktif mengikut sertakan peserta didik dalam berbagai event, hal ini penting untuk mengupgrade kualitas peserta didik kami agar banyak mengikuti event yang nantinya memberikan pengalaman serta pembelajaran untuk meningkatkan prestasi peserta didik itu sendiri.”<sup>61</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yaitu dengan mengikut sertakan peserta didik dalam berbagai macam event event. Namun Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sendiri memiliki strategi pelaksanaan event dimana sekolah ini membagi event menjadi dua yaitu: event secara internal dan event secara eksternal. Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Humas ibu Ira Purwanda bahwa:

Strategi kami dalam mengembangkan citra Man 4 Jombang ini membagi event yang kami ikuti menjadi dua dengan fungsi yang berbeda-beda yaitu: event secara internal dan event secara eksternal. Event secara internal sendiri kami memiliki event khusus tahunan yang diselenggarakan di Man 4 Jombang yaitu OSSBA (Olimpiade Sains, Sosial, Bahasa, dan Agama) tingkat sekolah menengah pertama Se-Jawa Timur. Dan untuk event eksternal kami mengikuti berbagai macan lomba akademik maupun non akademik baik dari tingkat regional sampai tingkat internasional.”<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

<sup>62</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

Dari pernyataan di atas strategi pembagian event dari tim *Publik relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yaitu dibagi menjadi dua yaitu:

1) Event internal

Event internal merupakan event tahunan yang diadakan atau dilaksanakan oleh Madrasah Aliyah negeri 4 Jombang sendiri yaitu OSSBA (Olimpiade Sains, Sosial, Bahasa dan Agama) tingkat sekolah menengah pertama se-Jawa Timur. Event ini sudah menjadi kegiatan tahunan yang selalu diselenggarakan oleh Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dengan tujuan: sebagai upaya meningkatkan potensi akademik peserta, menunjukkan intelektualitas peserta, sebagai tolak ukur kemampuan peserta dalam memahami beberapa mata pelajaran pilihan, dan sebagai sarana untuk mengenalkan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang kepada dunia luar.

Kegiatan ini menjadi tradisi yang dinantikan setiap tahun oleh siswa, guru, dan masyarakat. Karena event ini mampu menjaring hampir 650 peserta Wilayah Jawa Timur. Bukan hanya sebagai ajang promosi, kegiatan ini juga bertujuan untuk menggali potensi bakat dan minat siswa di bidang seni musik islami, menumbuhkan budaya kompetitif yang sehat dikalangan siswa Mts/SMP,

meningkatkan wawasan pengetahuan, kemampuan, kreatif, dan kerja keras untuk menguasai ilmu Sains dan Bahasa, serta menanamkan *ukhuwah islamiyah* antar siswa di tingkat Mts dan SMP. Seperti yang dikatakan oleh ketua pelaksana Fesmaden 2024 bapak Kamto bahwa:

“Dengan adanya event tahunan kami OSSBA diharapkan mampu menginspirasi siswa-sisw agar lebih berprestasi ditingkat kabupaten, propinsi, nasional bahkan internasioanl.”<sup>63</sup>

Sistem pelaksanaan event OSSBA ini dilaksanakan dalam satu gedung, yakni Gedung Pusat Pembelajaran terpadu MAN 4 Jombang dengan pembagian beberapa ruang Lab 1, Lab 2, Lab 3, dan Lab 4 Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Cabang perlombaan OSSBA meliputi: Olimpiade Bahasa Arab, Bahasa Inggris, Ilmu Pengetahuan Sosial, Matematika, IPA Terpadu, (PAI) Pendidikan Agama Islam, Banjari, dan Volly. Dalam sisten penilainnya panitia berfikir agar dapat menemukan peserta yang benar-benar berkualitas dengan minimnya waktu dan banyaknya soal yang disediakan dengan 1 babak putaran.

---

<sup>63</sup> Wawancara Dr. Kamto, Ketua Pelaksana FESMAEN 2024 Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Senin 13 Mei 2024, n.d.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa cara Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dalam mengembangkan citra madrasah tidak hanya melalui even perlombaan, mereka memiliki event tahunan sendiri yang sangat bergengsi dengan mencakup Mts/SMP se-Jawa Timur dalam sebuah event perlombaan yang disebut OSSBA (Olimpiade Sains, Sosial, Bahasa dan Agama), dari event ini secara tidak langsung mereka akan mengenal Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sebagai madrasah yang unggul dan bergengsi.



**Gambar 4. 1 Event OSSBA**

## 2) Event eksternal

Event eksternal yang diikuti oleh Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang merupakan ajang perlombaan baik secara akademik maupun non akademik dari tingkat regional sampai tingkat internasional. Seluruh peserta perlombaan merupakan campuran

dari berbagai kelas unggulan mulai dari MA PK, Man program Keterampilan, dan Program SKS. Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Kesiswaan bapak Mohammad Makin bahwa:

“Prestasi yang diraih oleh siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang tidak luput dari beberapa program kelas unggulan yang di sesuaikan dengan kompetensi mereka, jadi kelas-kelas tersebut fokus pada siswa-siswi yang mendalami beberapa mata pelajaran atau cabang olahraga. Contohnya program unggulan MA PK yang difokuskan pada hafalan qur’an serta kajian kitab kuning, program unggulan kelas ketrampilan yang dimulai dari kelas X, XI dan kelas XII meliputi jurusan (MIA, IIS, IIK dan IIB) untuk memilih program keterampilan yang akan ditekuni, dan program SKS dimana kelas ini memiliki spesifikasi tinggi dimana siswa siswi harus lolos tes psikologi dan condong mumpuni dalam mapel eksak. Sebagai waka kesiswaan saya hanya bisa memaksimalkan wadah mereka untuk berkembang dan mendapat banyak pengalaman.”<sup>64</sup>

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa banyaknya prestasi yang diraih oleh siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang tidak luput dari adanya program kelas unggulan MA PK, Man program keterampilan dan program SKS. Seluruh program ini memiliki keunggulan lebih baik dibidang akademik maupun non akademik yang bertujuan untuk mendidik dan melatih siswa siswi dalam mendalami mata pelajaran yang mereka sukai. Hal ini nantinya yang menjadikan siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri 4

---

<sup>64</sup> Wawancara Mohammad Makin, M.Pd, Waka kesiswaan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Kamis 16 Mei 2024, n.d.

Jombang siap dalam mengikuti berbagai event perlombaan akademik maupun non akademik baik tingkat regional sampai internasional.

Proses penyeleksian siswa siswi yang mengikuti cabang perlombaan akademik nantinya akan diseleksi oleh tim KSM Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, tim KSM akan melakukan pembinaan untuk mendapatkan siswa-siswi berprestasi dan siap mengikuti kompetisi seperti yang telah dikatakan oleh Ketua Tim KSM bapak Rahmat Wahyu Irianto bahwa:

“Kegiatan ini bertujuan untuk mencari bibit unggul dibidang akademik, nantinya mereka akan dibina lebih intensif untuk mewakili madrasah dalam olimpiade-olimpiade, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional, bahkan internasional.”<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Wawancara Rahmat Wahyu Irianto, S.Pd, Ketua Tim KSM Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 1 Juni 2024, n.d.





**Gambar 4. 2 Seleksi KSM**

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi yang akan mewakili madrasah dipilih melalui seleksi ketat dimana mereka akan melalui dua tahap seleksi: tahap satu mereka akan diberikan soal pilihan ganda terdiri dari 20 sampai 25 soal, tahap kedua mereka akan melalui tes wawancara, dimana siswa diberi soal uraian dengan jumlah 2 soal dan diberi waktu 15 menit. Setelah siswa selesai mengerjakan, jawaban dikumpulkan dan dilakukan sesi wawancara oleh masing-masing guru pembina sesuai mapel matematika, fisika, kimia, biologi, geografi dan ekonomi. Melalui kegiatan seleksi tim KSM diharapkan peserta didik lebih kompetitif dalam berprestasi dan berkembang.

Sementara proses penyeleksian perlombaan non akademik tidak jauh berbeda seperti perlombaan akademik, siswa siswi akan diseleksi dan dibina langsung oleh para guru yang memegang cabang perlombaan non akademik, hal ini dilakukan untuk mempersiapkan dan memilih siswa-siswi dalam mengikuti setiap perlombaan yang nantinya mengharumkan nama madrasah.

Dalam menyiapkan siswa untuk menghadapi event-event Olimpiade baik secara akademik maupun non akademik adalah dengan cara memberikan pembinaan minimal seminggu sekali, jika mendekati hari lomba olimpiade, maka Tim dan Guru Pembina akan memberikan pembinaan lebih intens dengan cara seminggu full setelah jam KBM.



### Gambar 4. 3 Pembinaan Perlombaan

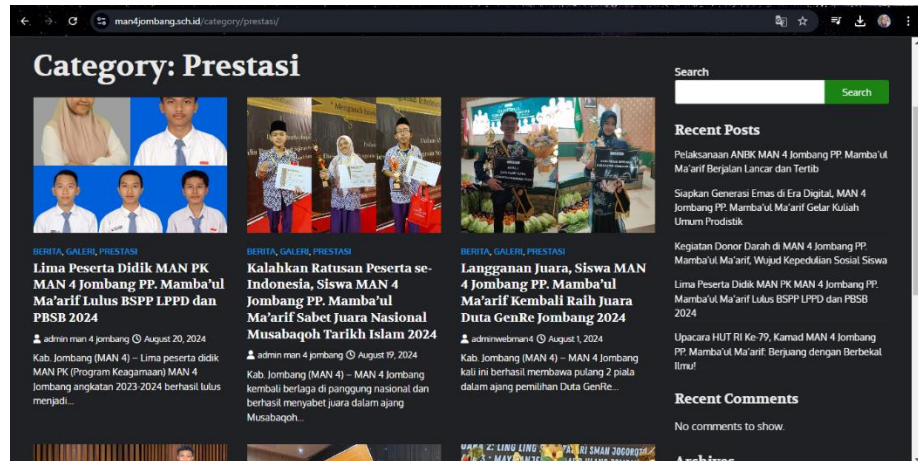
#### b. Publikasi

Prestasi-prestasi akademik maupun non akademik yang diraih oleh para peserta didik Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang nantinya akan dipublikasi melalui sosial media yang dimiliki oleh madrasah dan dikelola oleh tim *Publik Relations*. Seperti yang telah dikatakan oleh Waka Humas ibu Ira Purwanda bahwa:

“Dengan memposting seluruh prestasi-prestasi para peserta didik kami, merupakan salah satu strategi tim kami dalam mempublikasikan kegiatan MAN 4 ini, informasi yang kita publish melalui sosial media yang dimiliki oleh lembaga seperti Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok dan Website. Selain itu juga juga penyebaran melalui story whatsapp yang dilakukan oleh para guru, alumni dan wali murid. Hal ini bertujuan untuk menyebarluaskan prestasi-prestasi akademik maupun non akademik siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, dan dari sinilah nantinya masyarakat dapat mengetahui bahsawanya telah banyak prestasi yang diraih oleh siswa siswi kami.”<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.



**Gambar 4. 4 Publikasi Prestasi Siswa**

Dari paparan diatas dapat diketahui bahwa salah satu strategi *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah dengan mempublish seluruh prestasi-prestasi yang telah diraih oleh para siswa siswi, dengan menyebarkan melalui akun resmi yang dimiliki lembaga seperti Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok dan Website. Setiap akun media sosial Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang memiliki fungsi yang berbeda-beda untuk menjangkau seluruh umur dalam mempromosikan Madrasah sebagai mana contohnya:

1) Facebook

Dalam mempublikasikan di akun resmi facebook tim *Publik Relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang memfokuskan untuk menjangkau seluruh umur mulai dengan yang muda dan yang tua, dikarenakan facebook merupakan media publikasi yang mudah

dijangkau oleh seluruh umur dan kalangan. Dengan mempublikasi beberapa foto kegiatan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat internal maupun eksternal agar lebih mengetahui dan mengenal Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.



**Gambar 4. 5 Publikasi Akun Facebook Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

## 2) Youtube

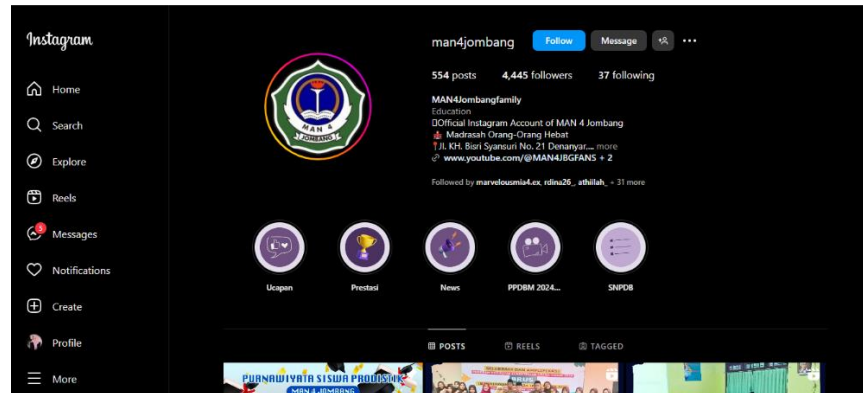
Dalam mempublikasikan di akun resmi youtube tim *Publik Relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang fokus untuk mempublikasikan seluruh kegiatan atau event Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dengan bentuk video yang menyenangkan dan mudah dilihat serta difahami, hal ini diharapkan agar pengguna youtube tidak bosan dalam melihat seluruh kegiatan atau event Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.



**Gambar 4. 6 Publikasi Akun Youtube Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

### 3) Instagram

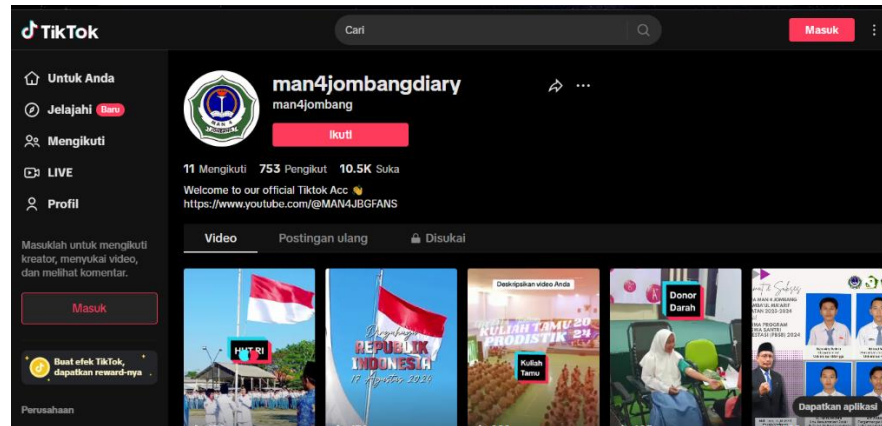
Dalam mempublikasikan di akun resmi instagram tim *Publik Relation* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang fokus untuk mempublish foto atau video dari beberapa event dan kegiatan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Hal ini untuk memudahkan tim *Publik Relations* dalam menarik minat masyarakat untuk melihat postingan foto atau video, memfollow, mengomentasi, memberi like hingga searching sesuai hastag yang dapat dilakukan dengan sangat praktis tanpa memakan waktu dan tempat.



**Gambar 4. 7 Publikasi Akun Instragam Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

#### 4) Tik tok

Dalam mempublikasikan di akun resmi tik tok tim *Publik Relation* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang fokus untuk membuat video pendek mengenai beberapa event kegiatan madrasah ataupun siswa dengan beberapa musik yang menyenangkan, dalam proses pembuatannya tim *Publik Relation* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang mengajak siswa-siswi untuk mempromosikan beberapa kegiatan madrasah hal ini ditunjukkan untuk mengasah kreativitas siswa hingga membantu siswa untuk berekspresi dalam konsep pembelajaran dan pengetahuan.

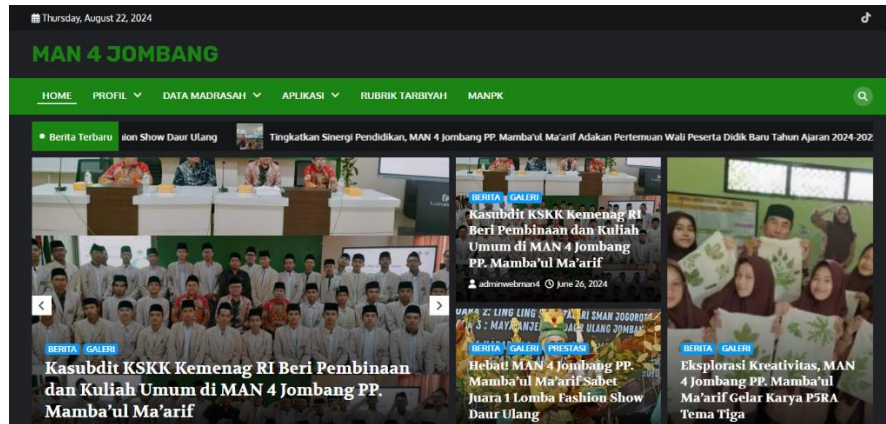


**Gambar 4. 8 Publikasi Akun Instragam Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

5) Website Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang

Dalam mempublikasikan di akun resmi website madrasah tim *Publik Relation* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang fokus untuk memublish berita-berita terbaru mengenai capaian hasil lomba, dan informasi mengenai Madrasah seperti: profil, data sekolah, galeri madrasah, aplikasi madrasah, info PPDB, dan WEKIRAGA. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas sekolah dan menjadi media informasi sekolah untuk memperkenalkan profil kelembagaan sekolah.





**Gambar 4. 9 Publikasi Akun Instragram Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**

Selain menggunakan media sosial tersebut penyebaran informasi prestasi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dapat dilakukan melalui story whatsapp para guru, alumni, dan wali murid. Untuk lebih memaksimalkan dalam penyebaran informasi bisa dilakukan dengan cara memasang banner disekitar lembaga mengenai prestasi-prestasi siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.



Gambar 4. 10 Banner PPDB 2024/2025

c. *Communications Involment* (Hubungan dengan Publik)

Dengan adanya seluruh event kegiatan dan hasil capaian perlombaan yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial facebook, youtube, instagram, tik tok dan website madrasah. Diharapkan menimbulkan persepsi yang positif bagi publik. Seperti yang dikatakan oleh Komite Sekolah bapak Mustajab bahwa:

“Dalam perkembangannya saya melihat Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ini sekarang semakin pesat dalam segi prestasi maupun kegiatannya. Informasi ini kurang lebih saya dapatkan dari beberapa media sosial Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, seperti banner yang dipasang di area madrasah, fabeook ataupun youtube. Saya sangat mengapresiasi banyaknya prestasi yang didapatkan oleh Madrasah

Aliyah Negeri 4 Jombang semoga kedepannya mampu menjaga citra yang sudah baik ini menjadi semakin baik.”<sup>67</sup>

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa hasil prestasi dan kegiatan siswa yang dipublikasikan melalui media sosial dapat menimbulkan persepsi yang baik dikalangan masyarakat. Hal ini diharapkan dapat mempererat hubungan masyarakat sekitar dengan lembaga, selain itu juga dapat menambah relasi bagi pihak sekolah ataupun lembaga. Dapat diketahui juga bahwa beberapa hal yang saling berkesinambungan akan sangat berpengaruh dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yakni dengan banyaknya prestasi dan kegiatan yang dicapai oleh siswa siswi disetiap event perlombaan maupun olimpiade lalu mempublish seluruh hasil kegiatan yang ditujukan kepada publik untuk menarik respon positif dari masyarakat.

---

<sup>67</sup> Wawancara H. Mustajab M., S.E, Komite Madrasah, Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Senin 10 Juni 2024, n.d.

## 2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Hubungan yang baik akan terjalin jika humas atau *Publik Relations* dapat menjalankan strateginya dan mendapatkan dukungan dari seluruh warga sekolah baik secara internal maupun eksternal. Dalam melaksanakan tugas mengembangkan citra madrasah tim *Publik Relations* pasti akan menemukan faktor yang menghambat serta mendukung terlaksananya strategi tersebut.

### d. Faktor Penghambat

Dalam strategi *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang selain adanya faktor pendukung, tidak dapat dipungkiri bahwa pasti terdapat faktor penghambat dalam pelaksanaannya.

#### 1) Tugas Overload

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Karena banyaknya tugas yang dikerjakan tim kita kadang kelimpungan untuk membuat berita mengupload, foto video beberapa kegiatan di Man ini apalagi kalau berita mengenai prestasi harus diupload hari itu juga, ini yang menjadikan tim kita kebingungan untuk mengerjakan tugas yang mana dulu sangking banyaknya tugas. Bahkan terkadang kita meminta bantuan kepada beberapa staf, guru atau anak jurnalistik untuk membantu meringankan tugas PR.”<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penghambat saat ini adalah banyaknya pekerjaan tim *Publik Relations* mulai dari mempromosikan madrasah, mengelola program unggulan seperti event OSSBA, perlombaan KSM, program kelas unggulan dan lain-lain. Membuat tim PR kelimpungan untuk mengerjakan tugas yang mana dulu, hal ini ditambah dengan adanya deadline yang telah ditentukan disetiap acara, membuat tim PR terkadang meminta bantuan kepada staf, guru atau anak jurnalistik untuk membantu meringkankan tugasnya.

## 2) Keterbatasan Tim

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Ada beberapa yang membuat kerja tim PR ini sedikit terganggu seperti kurangnya anggota dalam setiap tim, memang sudah ada pembagiannya ada tim foto dan video, tim multimedia, tim editing, tim berita dan website. Namun kami masih merasa kekurangan anggota disetiap timnya dikarenakan banyaknya tugas PR sendiri.”<sup>69</sup>

Dari uraian diatas diketahui bahwa tim *Publik Relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang mengalami kekurangan anggota pada setiap timnya yang membuat kinerja PR terganggu. Hal ini mengakibatkan menumpuknya tugas untuk dikerjakan

---

<sup>69</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

sehingga kadang meminta bantuan dari beberapa staf, guru atau anak jurnalistik.

### 3) Keterbatasan Waktu mengajar dan Tugas PR

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Mungkin sekarang yang menjadi kendala dari sisi PR yang begitu banyak dikarenakan anggota PR juga mengajar menjadi guru selama sehari full di Madrasah, untuk membagi tugas PR dan guru begitu mengurus tenanga karena kami juga harus mengajar dikelas lalu juga harus mengerjakan tugas PR, pembagian waktunya begitu melelahkan.”<sup>70</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penghambat saai ini adalah membagi waktu menjadi seorang pengajar dan PR. Banyak yang mengeluhkan karena harus membagi fokus mereka menjadi dua, karena tugas menjadi guru sendiri juga banyak ditambah dengan tugas PR membuat kinerja mereka terganggu dalam membagi waktu.

#### e. Faktor Pendukung

Dalam mengsucceskan setiap strategi yang dilaksanakn oleh tim *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, maka ada beberapa faktor yang mendukung keberhasilannya.

---

<sup>70</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

## 1) Tim yang Solid

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Didalam sebuah tim kita harus menciptakan kerjasama yang solid antar anggota karena hal ini akan mempengaruhi bagaimana kinerja seluruh anggota tim, kebetulan tim PR yang kami miliki sangat solid dan saling tolong menolong selain itu rasa kekeluargaan yang sangat kental merupakan modal utama terciptanya kerjasama yang baik, inilah yang nantinya menjadi salah satu faktor pendukung dalam mengsucceskan strategi *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah”<sup>71</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tim PR Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang memiliki anggota yang saling tolong menolong serta rasa kekeluargaan yang sangat erat, hal ini yang menjadi poin penting dalam mengembangkan suatu Lembaga Pendidikan, dari adanya sifat tolong menolong serta eratnya rasa kekeluargaan dalam suatu Lembaga, maka akan terjalin kerjasama yang solid antar pendidik dan tenaga kependidikan.

## 2) Sumber Daya Manusia (SDM) Berkompeten

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Sumber Daya Manusia mulai dari pendidik, tenaga kependidikan dan siswa sangat memenuhi kualifikasi pendidikan, dimana seluruh guru dan siswa yang ada di MAN 4 Jombang diterima melalui penyeleksian secara ketat sesuai kriteria, selain itu antusias wali

---

<sup>71</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

murid sangat bagus untuk mendukung MAN 4 Jombang semakin maju dan berkembang”<sup>72</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pendidik, tenaga kependidikan dan siswa di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sudah sesuai kualifikasi dan standar Pendidikan, hal ini dapat dilihat melalui proses penyeleksian pendidikan yang sangat ketat, selain itu bagusya antusias wali murid dalam mendukung berkembangnya Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjadi bukti bahwa Madrasah sudah melaksanakan tugasnya dengan baik hingga mendapatkan banyak kepercayaan.

### 3) Fasilitas Pelayanan

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Dengan adanya fasilitas Lab, Komputer, dan CCTV, membuat mekanisme kegiatan sudah bisa dikontrol dengan baik hal ini juga membuat para siswa tidak terpacu pada kertas sehingga bisa memaksimalkan teknologi yang ada”<sup>73</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas pelayanan yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang mulai dari Lab, Komputer dan CCTV. Membantu mengontrol kegiatan siswa

---

<sup>72</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

<sup>73</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.



dengan baik selain itu juga membuat proses belajar mengajar lebih efektif dan efisien karena menggunakan teknologi yang ada.

#### 4) Perkembangan Media

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Perkembangan media yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sudah sangat baik dari tahun ke tahun, media yang sudah ada sejak dulu selalu diawasi dan dikontrol dengan baik agar selalu memberikan informasi terbaru, hal ini karena tuntunan zaman sekarang yang harus pintar dalam bermedia. Maka dari itu Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang memanfaatkan media sosial mulai dari Facebook, Instagram, Youtube, Tik tok, Website, serta whatsapp sebagai area informasi ke publik.”<sup>74</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan media yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sangat baik dari tahun ketahun. Madrasah selalu melakukan pembaruan informasi menggunakan media sosial Facebook, Instagram, Youtube, Tik tok, Website, serta whatsapp. Hal ini dilakukan akan tim *Publik Relations* mampu menjangkau konsumen mendapatkan informasi terbaru dengan luas tidak terbatas oleh umur, tempat dan waktu.

#### 5) Support Pemimpin

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

---

<sup>74</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

“Tentunya yang membuat tim kami kuat, solid dan percaya diri adalah banyaknya dukungan dari pemimpin madrasah serta bapak kepala sekolah, mereka selalu mendukung dan percaya akan seluruh kegiatan yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Dukungan inilah yang nantinya menjadi semangat tim kami dalam bekerja membangun citra baik madrasah, selain itu dengan banyaknya dukungan yang kami terima membuat tim kami percaya diri akan semua pekerjaan yang kami lakukan.”<sup>75</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa support pemimpin yang didapatkan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjadi salah satu dukungan yang mampu membuat tim *Pubik Relations* menjadi solid dan percaya diri akan seluruh tugas yang dikerjakan, hal ini karena seluruh pemimpin percaya akan kinerja tim *Pubik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yang sudah sangat baik agar.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor pendukung dari adanya strategi tim *Pubik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah adanya tim yang solid dalam menjalankan seluruh informasi Madrasah untuk menjangkau publik secara luas, SDM (Sumber daya manusia) atau pendidik yang sesuai dengan kualifikasi atau standar yang baik dan bermutu serta peserta didik yang mampu

---

<sup>75</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

memahami penjelasan pendidik dengan baik, adanya cctv menjadi pengontrol setiap peserta didik selain itu dengan difasilitasi beberapa ruang lab dan komputer sangat membantu peserta didik dalam proses pembelajaran, adanya penyebaran informasi madrasah melalui media sosial yang selalu mengalami pembaruan dengan mengikuti perkembangan zaman juga support pemimpin yang membuat tim *Pubik Relations* menjadi sangat solid dan percaya diri yang melaksanakan pekerjaannya.

### **3. Apa hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra**

#### **Madrasah Aliyah Negeri 4 jombang.**

Dalam setiap strategi yang diambil, tentu akan mendapatkan hasil dari strategi tersebut. Begitu juga dengan strategi yang diambil oleh tim *Publik Relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

#### **a. Timbulnya Kepercayaan Publik**

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Cara pandang publik mengenai Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dari tahun ketahun semakin baik, kepercayaan yang timbul dari element masyarakat tak luput dari banyaknya prestasi Madrasah Aliyah negeri 4 Jombang selama kurun waktu beberapa tahun ini, sedikit demi sedikit citra baik Madrasah semakin mendapat respon positif publik, dari sinilah kepercayaan publik timbul dan menjadi semakin kuat.”<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tim *Publik relations* berhasil mendapat respon positif publik mengenai citra madrasah yang semakin baik, kepercayaan yang timbul dari masyarakat merupakan hasil dari banyaknya prestasi yang didapatkan oleh Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dari kepercayaan inilah nantinya akan menjadikan madrasah semakin berkualitas dan mendapat nama baik oleh publik.

b. Terjalannya Kerjasama baik antara Pihak Sekolah dan Orang tua murid

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Bentuk kerjasama yang kita lakukan dengan orang tua wali murid dengan memberikan informasi terbaru mengenai siswa siswi mulai dari prestasi, informasi akademik, materi kurikulum, kegiatan siswa siswi melalui platform media sosial yang bisa diakses dari aplikasi facebook, youtube, instagram, tik tok ,website, serta Wa group. Dari sini lah nantinya para wali murid mengetahui seluruh informasi kegiatan siswa-siswi sehingga bisa memantaunya dari jarak jauh dan tetap merasa aman dan percaya pada lembaga.”<sup>77</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan kerjasama yang dilakukan dengan baik akan menimbulkan kesan percaya pada lembaga, dimana orang tua wali murid bisa tetap memantau anak-anaknya melalui informasi terbaru yang selalu di update oleh tim *Publik Relations* melalui platform media sosial lembaga.

---

<sup>77</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

c. Tingginya Partisipan

Berikut penjelasan dari Komite Sekolah bapak Mustajab:

“Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ini memiliki ciri khas melalui beberapa program unggulan salah satunya istighosah sebagai penguat karakter siswa, dengan selalu menanamkan nilai agamis disetiap kegiatan siswa-siswi merupakan bengkel pendidikan yang sangat baik. Maka dari itu banyak orang tua yang mempercayakan anak-anaknya untuk menempuh Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dengan harapan menjadikan anaknya sebagai generasi islam, nasionalis, cerdas, kreatif, mandiri dan berbudaya lingkungan sehat.”<sup>78</sup>

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa dari beberapa program unggulan yang sudah dijalankan dengan baik, dapat menumbuhkan kepercayaan publik dan menarik perhatian orang tua murid untuk mempercayakan anaknya menempuh pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Hal ini dan menjadikan banyaknya siswa-siswi yang masuk setiap tahunnya untuk menempuh pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

d. Dukungan dari berbagai Element

Berikut penjelasan dari Waka Humas ibu Ira Purwanda:

“Kami menerima banyak sekali dukungan dari berbagai pihak yang menjadikan kami semakin maju dan berkembang, dengan banyaknya dukungan yang kami terima membuat Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjadi lembaga yang berkualitas dan berkarakter yang diharapkan mampu menjadi tonggak pendidikan generasi islam dan mewujudkan generasi islam, nasionalis, cerdas, kreatif, mandiri dan berbudaya lingkungan sehat. Kami sebagai tim *Publik Relations* merasa

---

<sup>78</sup> Wawancara H. Mustajab M, S.E, Komite Madrasah, Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

terbayarkan ketika madrasah semakin dikenal dengan citra yang baik karena ini membuat kerja keras kita semua tidak sia-sia begitu saja.”<sup>79</sup>

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa banyaknya dukungan yang diterima Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjadikan semangat lembaga untuk semakin maju dan berkembang menjadi madrasah yang unggul dan berkarakter untuk membentuk siswa-siswi yang nasionalis dan agamis serta siap melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya, dengan dukungan seluruh element juga menjadikan tim *Publik relations* semakin bersemangat dalam mengembangkan citra madrasah menjadi semakin baik dan dikenal banyak masyarakat luar.

Dari beberapa uraian diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya strategi *Publik relations* dalam mengembangkan citra madrasah melalui event tahunan yang dimiliki madrasah serta prestasi akademik maupun non akademik yang banyak diraih oleh siswa-siswi yang kemudian dipublikasikan melalui beberapa platform sosial media dapat memberikan dampak yang sangat baik bagi madrasah juga mendapatkan banyak perhatian publik, hal ini menjadikan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang semakin dikenal sebagai sekolah yang unggul dan berprestasi dan akhirnya banyak mengambil hati para wali murid untuk mempercayakan anaknya dalam menempuh pendidikan

---

<sup>79</sup> Wawancara Ira Purwanda RI, S.Si, Waka Humas Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Sabtu 11 Mei 2024, n.d.

di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, banyaknya program unggulan yang dimiliki Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang membawa banyak dampak yang bagus.

Diantara dampaknya yaitu Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjadi salah satu contoh model sekolah yang memiliki program MA PK yang tersebar diseluruh Indonesia, program ini hanya tersebar di 10 Madrasah dan salah satunya adalah Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, selain itu hubungan masyarakat dan pihak madrasah pun semakin baik dan jumlah siswa yang masuk disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan peminatnya semakin menyebar luar diseluruh Indonesia.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan pembahasan tentang temuan penelitian terkait Strategi *Publik Relations* dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Terdapat tiga pembahasan pada bab ini, yaitu:

#### **A. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Strategi adalah sebuah rencana yang cermat dalam mencapai suatu sasaran khusus. Sedangkan strategi komunikasi adalah sesuatu yang patut dikerjakan demi kelancaran komunikasi, mengacu dari dua definisi tersebut maka. Strategi *public relations* merupakan serangkaian tindakan mendasar yang dibuat dan diimplementasikan oleh sebuah organisasi yang ditujukan kepada masyarakat agar terciptanya hubungan baik antar lembaga dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik.<sup>80</sup>

Komunikasi yang dimaksud adalah interaksi yang terjadi antar individu dan individu atau kelompok, komunikasi sendiri sebagai alat penghubung dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada kmunikan. Komunikasi pada hakekatnya adalah suatu proses sosial yang saling mempengaruhi.

---

<sup>80</sup> Evi Hafizah, 'Strategi Public Relations Dalam Membangun Hubungan Dengan Media' (Al-Hikmah, 2015).



Lasswell mengatakan bahwa cara komunikasi yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut, “*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect*”. Pendapat lasswell dalam komunikasi mengandung lima unsur diantaranya:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*cannel, media*)
4. Komunikan (*Communication*)
5. Efek (*effect*)<sup>81</sup>

Jadi komunikasi merupakan kebutuhan manusia dalam melakukan hubungan dengan manusia lain baik dalam memengaruhi orang lain, mengekspresikan diri maupun untuk menjalin hubungan baik antar individu dengan individu atau kelompok.

Hubungan baik yang dimaksud adalah hubungan baik antara publik dengan memberikan pelayanan, kepercayaan dan kesejahteraan kepada masyarakat, perlu adanya komunikasi antara organisasi dan publiknya agar terciptanya kepercayaan baik pada publik ataupun organisasi. Sebagai seorang *publik relations* harus bisa menjadi publikator dan komunikator yang baik antar

---

<sup>81</sup> Akbar, Evadianti, and Asniar.

madrasah dengan masyarakat sehingga madrasah juga mendapatkan label baik atau positif dihadapan masyarakat.<sup>82</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *publik relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang menjalankan tiga strategi yang digunakan dalam mengembangkan citra madrasahnyanya. Berdasarkan hasil penelitian, observasi, wawancara, dan dokumentasi, dari ketiga strategi yang digunakan yaitu event, publikasi, dan *community involment* (hubungan dengan publik). Tim *publik relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang mampu menjalankan tiga strategi tersebut dengan baik.

a. Event

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal kecil penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu maupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang di selenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.<sup>83</sup> Bisa dikatakan event merupakan sebuah bentuk yang

---

<sup>82</sup> Andika Hijrah Prasetyo, 'Strategi Publik Relation Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Organisasi Publik', *JAMAK: Jurnal Administrasi Manajemen Dan Kepemimpinan*, 4.1 (2017), 11–17.

<sup>83</sup> Martha Tri Lestari, *Public Relations Event: Membangun Image, Reputasi Dan Mutual Understanding* (Prenada Media, 2021).

dilakukan oleh para praktisi *publik relations* dalam menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat.<sup>84</sup>

Dalam hal ini Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang memiliki dua event yang dimana salah satunya merupakan event tahunan dalam memperkenalkan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, event OSSBA ini sangat membantu dalam hal mempromosikan madrasah karena mampu menjaring 650 peserta dari beberapa Mts/SMP di seluruh Jawa Timur. Dengan memanfaatkan banyaknya peserta merupakan salah satu strategi *publik relations* dalam menciptakan opini yang baik dengan selalu mengembangkan citra madrasah sehingga nantinya banyak peserta yang minta untuk melanjutkan bersekolah di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Selain memiliki event sendiri Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang juga selalu mengikut sertakan para siswa-siswinya dalam sebuah event perlombaan, baik dari tingkat regional sampai tingkat international. Hal ini dapat membantu mengembangkan citra madrasah, dalam pemilihan siswa-siswi yang menjadi perwakilan Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dalam mengikuti perlombaan pihak madrasah melaksanakan program seleksi kelas olimpiade

---

<sup>84</sup> Firsan Nova, 'Crisis Public Relations: Strategi Public Relations Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan', Jakarta: Rajawali Grafindo Persada, 2011.

dengan memakai sistem tes tulis dan wawancara. Selain itu pihak madrasah juga selalu mendampingi dan mengarahkan siswa-siswinya dalam mengikuti perlombaan. Dengan memberikan pembinaan minimal seminggu sekali, jika sudah mendekati hari perlombaan pembinaan dilaksanakan secara seminggu full setelah jam KBM.

b. Publikasi

Publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, kelompok, atau suatu organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak.<sup>85</sup>

Dalam hal ini Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang melakukan salah satu strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah dengan cara mempublikasikan seluruh informasi penting mengenai madrasah, kegiatan-kegiatan madrasah, dan prestasi akademik atau non akademik yang diraih oleh siswa-siswi maupun guru Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Kemudian seluruh berita penting tersebut dipublikasikan melalui akun sosial media yang

---

<sup>85</sup> Wempy Prastomo Bhakti and Iskandar Z Hifnie, 'PUBLIKASI MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA GURU DI SEKOLAH MENENGAH ATAS', *Dikombis: Jurnal Dinamika Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1.4 (2022), 537–44.

dimiliki oleh Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang seperti penyebaran melalui pamflet di facebook, youtube, instagam, tik tok dan website yang ditujukan untuk menjangkau ke seluruh element masyarakat.

c. *Community Involment* (hubungan dengan publik)

Hubungan dengan publik ialah hubungan atau relasi yang dibuat dengan para stakeholder yang ada di lingkungan lembaga. Dalam suatu hubungan berkomunikasi dan koordinasi merupakan model utama dalam mentransformasikan nilai-nilai dan tujuan dalam sebuah lembaga atau instiusi, kepandaian dan kecakapan berkomunikasi dalam hal mempengaruhi dan mengambil simpati dari stakeholder yang menjadi tujuan lembaga.<sup>86</sup>

Dalam hal ini tim *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang melakukan salah satu strategi dalam mengembangkan citra madrasah dengan cara menjaga hubungan madrasah dengan publik terjalin dengan baik dan harmonis, hal ini dikarenakan adanya persepsi yang baik di kalangan masyarakat. Persepsi yang baik ini timbul dari banyaknya prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yang dipublikasikan melalui akun media sosial lembaga, melalui banyaknya publikasi postif dapat mempererat

---

<sup>86</sup> Nova.

hubungan masyarakat sekitar dengan lembaga, dan dapat menambah banyak relasi bagi pihak madrasah atau lembaga.

Dari tiga strategi yang digunakan oleh tim *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang nantinya akan dapat mengembangkan citra positif madrasah mulai dari adanya program event OSSBA dan event perlombaan, program seleksi kelas olimpiade, pembinaan kelas olimpiade dan kemudian mendapatkan banyak prestasi serta mempublikasikan prestasi tersebut melalui akun sosial media madrasah yang dijadikan sebagai strategi dalam mengembangkan citra positif Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang di kalangan masyarakat atau publik.

**B. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Berdasarkan dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 11 Mei 2024, dapat diketahui bahwa dalam pelaksanaan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, tidak terlepas dari faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi kinerja *public relations*.

a. Faktor penghambat

1) Tugas overload

Tugas overload adalah kondisi ketika pekerjaan harus diselesaikan dengan menghasilkan output serta memerlukan konsentrasi tinggi, keadaan ini melebihi kemampuan seseorang, sehingga sulit bagi karyawan untuk mengontrol beban kerja mereka.<sup>87</sup>

Karena banyaknya tugas yang diberikan kepada tim *public relations* cukup lumayan banyak sehingga tugas yang overload menjadi salah satu hambatan bagi strategi *publik relations* dalam mengembangkan citra Madrasah aliyah Negeri 4 Jombang. Hal ini yang memaksa tim *public relations* untuk meminta tolong kepada ekskul jurnalistik untuk membantu mengerjakan tugas yang diberikan kepada tim *public relations*, selain meminta bantuan kepada jurnalistik terkadang tim *public relations* juga meminta tolong kepada beberapa guru untuk membantu meliput acara yang sedang berlangsung.

## 2) Keterbatasan tim

Keterbatasan tim merupakan sebuah kondisi dimana sebuah organisasi mengalami kekurangan anggota dalam melaksanakan

---

<sup>87</sup> Asri Basri, Musran Munizu, and Wahda Wahda, 'Pengaruh Work Overload Dan Kemampuan Kerja Terhadap Stres Kerja Serta Dampaknya Bagi Kinerja Pegawai Di Puskesmas Simbang Kabupaten Maros', *Economics and Digital Business Review*, 5.2 (2024), 543–57.

tugas yang sudah di rencanakan. Hal ini nantinya akan mengurangi kinerja tim dalam melaksanakan keseluruhan tugasnya.<sup>88</sup>

Kurangnya anggota menjadikan salah satu penghambat untuk pelaksanaan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, dengan banyaknya tugas yang masuk tidak seimbang dengan banyaknya anggota yang mengerjakan, apalagi jika deadline tugas harus dipublish pada hari itu juga mengakibatkan banyaknya anggota yang kelimpungan untuk mengerjakan tugas-tugasnya.

### 3) pembagian antara waktu mengajar dan tugas *public relations*

Salah satu dari tiga faktor penghambat *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah kesulitan dalam membagi waktu antara jam mengajar sebagai seorang guru dan melaksanakan tanggung jawab sebagai tim *public relations*. Hal ini dapat terjadi jika seorang *public relations* juga memiliki tanggung menjadi seorang guru.

Beberapa tantangan yang sering muncul dan dialami oleh tim *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah:

---

<sup>88</sup> Angel Valencia, 'PENGARUH WORK OVERLOAD DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN AUTO2000', *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5.1 (2024), 74–86.



- a) Keterbatasan waktu dalam menjalankan kedua peran, sehingga membuat pekerjaan menjadi tidak efektif dan efisien.
- b) Fokus yang terpecah menjadi dua yang membutuhkan banyaknya perhatian penuh dan komitmen yang tinggi.
- c) Stres dan burnout karena mendapat kerja yang berlipat ganda yang berpotensi mengurangi ke efektifitas di kedua bidang.
- d) Kesulitan dalam berkoordinasi karna hal ini memerlukan respon yang cepat akan tetapi harus tergabi pada jadwal mengajar.

b. Faktor pendukung

1) Tim yang solid

Memilik tim yang solid merupakan sebuah komponen penting bagi *publik relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dalam mencapai kesuksesan, dengan komunikasi yang efektif akan membuat pola komunikasi yang terbuka dan jujur selain itu juga membuat seluruh anggota secara senang hati bekerjasama dan berkolaborasi.

Dengan adanya faktor pendukung tim yang solid akan menimbulkan rasa kepercayaan bagi *public relations* dalam

mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Tim yang solid memiliki tujuan yang jelas dan dipahami oleh semua anggotanya, dengan tujuan yang sama akan mengurangi potensi konflik dan meningkatkan kerjasam tim, selain itu dengan adanya tim yang solid akan mampu beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang muncul serta saling menguatkan satu sama lain.

## 2) Sumber Daya Manusia yang berkompeten

Sumber daya manusia adalah aset utama dalam sebuah organisasi, dikarenakan sangat penting untuk menentukan arah serta keberhasilan sebuah organisasi. Seringkali organisasi dituntut untuk dapat mengembangkan kualitas sumber daya yang dimilikinya dan hal ini tergantung pada seberapa baik organisasi tersebut mendukung serta memenuhi aspirasi anggotanya, untuk menghasilkan sumber daya manusia yang lebih baik maka organisasi perlu mengoptimalkan potensi SDM.<sup>89</sup>

Dalam hal ini seluruh sumber daya manusia yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang sangat berkompeten, karena sebagai tenaga pendidik yang ingin masuk ke Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang harus melalui beberapa tes agar bisa menjadi

---

<sup>89</sup> Valencia.

bagian dari madrasah. Selain itu seluruh tenaga pendidik yang bertanggung jawab pada program-program yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang merupakan tenaga pendidikan yang berkualitas dan berkompeten karena mereka semua sudah melalui proses seleksi sebelum diterima menjadi tenaga pendidik di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Sama halnya dengan seluruh anggota yang bertanggung jawab menjadi tim *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, mereka semua merupakan anggota berkualifikasi tinggi yang memang difokuskan untuk mengembangkan citra madrasah agar mendapat simpati publik dan mendapatkan opini yang baik dari masyarakat.

### 3) Fasilitas pelayanan

Fasilitas pelayanan yakni sebagai penyedia layanan baik dari fasilitas layanan computer, cctv, wifi atau alat penunjang bagi peserta didik. Di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang proses pembelajaran sudah banyak menggunakan laptop, hal ini dapat mendukung proses belajar mengajar peserta didik baik itu di sekolah maupun saat pembinaan mengikuti perlombaan. Adanya sarana dan prasarana laptop/ computer, cctv, dan wifi dapat mendukung peserta

didik dan pendidik dalam menjalankan aktivitas pendidikan yang bermutu dan berkualitas.

Selain itu ada beberapa fasilitas yang sangat menunjang keberhasilan tim *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang yaitu dengan adanya kamera DSLR, *handphone*, *microphone*, dan laptop khusus tim *publik relations*. Dengan banyaknya fasilitas yang didapat akan berdampak pada hasil kinerja *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

#### 4) Perkembangan media

Perkembangan media digital semakin terlihat dan memberikan efek yang berkepanjangan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk penggunaan media digital adalah penggunaan *smartphone* sebagai sarana memperoleh informasi serta berinteraksiantara individu dengan individu atau kelompok.<sup>90</sup>

Dengan adanya teknologi media yang semakin canggih menjadikan salah satu faktor pendukung strategi *public relations*

---

<sup>90</sup> STEPHANI CHRISANDEY ADELIA, 'PROSES MERESPON KONTEN INFORMATIF PADA INSTAGRAM@NETFLIXID (Studi Kualitatif Pada Follower Instagram Netflix Indonesia)' (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2023).

dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. 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 disekitar lingkungan sekolah.

#### 5) Support pemimpin

Dukungan dari seorang pemimpin atau “support pemimpin” merupakan salah satu faktor pendukung yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan tim. Seorang pemimpin pastinya akan menyediakan sumber daya yang diperlukan seperti alat kerja, informasi, dan pelatihan.

Faktor pendukung berupa pemimpin yang memberikan bimbingan dan arahan akan membantu tim *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, dengan memberikan arahan yang jelas akan membantu tim dalam memahami tujuan dan prioritas mereka. Pemimpin yang mendukung akan memberikan kesempatan bagi seluruh anggota tim untuk mengembangkan keterampilannya, selain itu dengan mengakui hasil kerja keras *public relations* akan menjadi afirmasi positif untuk meningkatkan motivasi juga memperkuat rasa percaya diri.

**C. Apa hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang berdampak adanya citra positif terhadap lembaga ialah sebagai berikut:

- a. Kepercayaan yang timbul dari elemen masyarakat semakin kuat
- b. Terjalin adanya kerjasama yang efektif antara pihak sekolah dengan orang tua dari siswa-siswi.
- c. Adanya dukungan dan kerjasama dengan masyarakat.
- d. Tingginya partisipan loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan.<sup>91</sup>

Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah dengan memperkenalkan madrasah pada event OSSBA yang diikuti oleh hampir 650 peserta se-Jawa Timur, hal ini bertujuan untuk mendapatkan opini publik dengan memperlihatkan citra baik madrasah agar para peserta tertarik untuk melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, terbukti dengan banyaknya siswa baru yang mendaftar bahkan mereka merupakan alumni peserta OSSBA di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

---

<sup>91</sup> Sitti Isnani Azzaah and Makmur Syukri, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di MTs Azzuhri Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang', *Hijri*, 9.2 (2020), 1–10.

Banyaknya siswa berprestasi di bidang akademik maupun non akademik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya kemenangan disetiap cabang perlombaan mulai dari tingkat regional sampai internasional. Selain itu dengan adanya program seleksi kelas KSM merupakan sebuah solusi dalam mempersiapkan siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang untuk mengikuti perlombaan, dengan bimbingan yang dilakukan seminggu sekali atau bahkan seminggu full setelah KBM merupakan dukungan yang diberikan untuk melatih siswa-siswi siap berkompetisi.

Dengan mempublikasikan seluruh informasi, berita, dan prestasi yang diraih oleh siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang ditujukan untuk membangun citra dan mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang hasilnya madrasah akan semakin banyak dikenal dan mendapat respon positif oleh publik maupun masyarakat.

Dari beberapa hasil yang diperoleh *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dapat diketahui bahwa tim *public relations* telah berhasil mengembangkan citra baik atau positif madrasah melalui beberapa strategi yang telah dilaksanakannya.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan fokus penelitian dan pembahasan sebelumnya, peneliti berusaha menyajikan hasil penelitian yang didapat mengenai penelitian yang berjudul Strategi *Public Relations* dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

#### **1. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Strategi yang dilakukan oleh *public relations* Madrasah Aliyah negeri 4 Jombang mengambil teori Laswell yang berfokus pada cara berkomunikasi, komunikasi yang dimaksud adalah interaksi yang terjadi antar individu dan individu atau kelompok, komunikasi sendiri merupakan alat penghubung *public relations* dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau bisa disebut publik.

Cara komunikasi yang digunakan oleh *public relations* Madrasah Aliyah negeri 4 Jombang adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut, “*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect*”. Yang bermakna siapa yang akan menjadi komunikator, hal apa yang akan disampaikan lalu kepada siapa



informasi tersebut dibagikan, melalui saluran (media) apa informasi tersebut dibagikan dan apa pengaruhnya bagi madrasah.

Dalam melaksanakan tugas tim *public relations* Madrasah Aliyah negeri 4 Jombang membagi strateginya menjadi tiga cara yaitu:

- a. Event
- b. Publikasi
- c. *Community Involment* (hubungan dengan publik)

**2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Faktor penghambat adanya strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah:

- a. Tugas overload
- b. Keterbatasan Tim
- c. Pembagian antara waktu pengajar dan tugas *public relations*

Faktor pendukung adanya strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah:

- a. Tim yang solid
- b. SDM yang berkompeten
- c. Fasilitas pelayanan
- d. Perkembangan media
- e. Support pemimpin

**3. Apa hasil dari strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.**

Hasil strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang adalah memperkenalkan madrasah pada event OSSBA dengan hampir 650 peserta dari Jawa Timur. Tujuannya adalah mendapatkan opini publik positif agar para peserta tertarik untuk melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, terbukti dengan banyaknya siswa baru yang mendaftar. Banyak siswa berprestasi di bidang akademik dan non-akademik, serta program seleksi kelas KSM memberikan dukungan dalam persiapan siswa untuk mengikuti perlombaan. Publikasi informasi dan prestasi siswa bertujuan membangun citra positif Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang. Tim *public relations* berhasil mengembangkan citra baik madrasah melalui strategi yang dilaksanakan.

**B. Saran**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terkait strategi *public relations* dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, maka tanpa mengurangi rasa hormat peneliti memberikan saran dengan harapan agar adanya perbaikan ke arah yang lebih baik lagi.

1. Untuk Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang.

Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dalam mengembangkan citra madrasah diperlukan untuk menambah anggota *public relations* untuk membantu serta meringankan tugas Waka humas, karena dengan banyaknya tugas yang overload dan keterbatasan tim nantinya akan mempengaruhi kinerja *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang, selain itu juga memberikan senggang pembagian waktu bagi anggota *public relations* Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang dikarenakan beberapa anggotanya merupakan guru mapel yang wajib mengajar siswanya. Semoga dengan adanya saran yang diberikan peneliti bisa menjadi acuan agar Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang mewujudkan Generasi Islami, Nasionalis, Cerdas, Kreatif, Mandiri, dan Berbudaya Lingkungan Sehat.

2. Untuk penelitian selanjutnya.

Pada penelitian ini terfokus pada strategi *public relations* dalam mengembangkan citra madrasah melalui beberapa strategi yang dijalankan oleh *public relations* seperti event, publikasi, dan *Community Involment* (hubungan dengan publik), sehingga saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait strategi *public relations* yang lebih luas sehingga dapat menggali informasi secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- ADELIA, STEPHANI CHRISANDEY, 'PROSES MERESPON KONTEN INFORMATIF PADA INSTAGRAM@ NETFLIXID (Studi Kualitatif Pada Follower Instagram Netflix Indonesia)' (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2023)
- Akbar, M Fikri, Yuli Evadianti, and Immawati Asniar, *Public Relations* (Ikatan Guru Indonesia, 2021)
- Alawiyah, Faridah, 'Pendidikan Madrasah Di Indonesia', *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 5.1 (2014), 51–58
- Ardianto, Elvinaro, 'Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat Dan Harian Kompas Sebagai Public Relations Politik Dalam Membentuk Branding Reputation Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.1 (2012), 14–57
- Armayanti, Nelly, Dodi Pramana, and S Sos, *Public Relation* (Merdeka Kreasi Group, 2022)
- Artis, Artis, 'Strategi Komunikasi Public Relations', *Sosial Budaya*, 8.2 (2011), 184–97
- Atmodiwirio, Soebagio, 'Manajemen Pendidikan Indonesia', 2000
- Azzaah, Sitti Isnani, and Makmur Syukri, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di MTs Azzuhri Tanjung Morawa Kab. Deli

- Serdang', *Hijri*, 9.2 (2020), 1–10
- Basri, Asri, Musran Munizu, and Wahda Wahda, 'Pengaruh Work Overload Dan Kemampuan Kerja Terhadap Stres Kerja Serta Dampaknya Bagi Kinerja Pegawai Di Puskesmas Simbang Kabupaten Maros', *Economics and Digital Business Review*, 5.2 (2024), 543–57
- Bhakti, Wempy Prastomo, and Iskandar Z Hifnie, 'PUBLIKASI MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA GURU DI SEKOLAH MENENGAH ATAS', *Dikombis: Jurnal Dinamika Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1.4 (2022), 537–44
- Chatamallah, Maman, 'Strategi "Public Relations" Dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus Dengan Pendekatan "Marketing Public Relations" Di Provinsi Banten', *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9.2 (2008), 393–402
- Datuela, Agnes, 'Strategi Public Relations Pt. Telkomsel Branch Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan', *Acta Diurna Komunikasi*, 2.1 (2013)
- Dr, P, 'Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', *CV. Alfabeta, Bandung*, 25 (2008)
- Edi, F R S, 'Teori Wawancara Psikodiagnostik (Pertama)' (LeutikaPrio, 2016)
- Fitrah, Muh, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018)
- Fradito, Aditia, 'Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2'

- (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016)
- Gora, Radita, and M M S Sos, *Riset Kualitatif Public Relations* (Jakad Media Publishing, 2019)
- Hafizah, Evi, 'Strategi Public Relations Dalam Membangun Hubungan Dengan Media' (Al-Hikmah, 2015)
- Harefa, Arianus, and Sodialman Daliwu, *Teori Pendidikan Pancasila Yang Terintegrasi Pendidikan Anti Korupsi* (Penerbit Lutfi Gilang, 2020)
- Herlina, Sisilia, 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang', *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4.3 (2015)
- Juhji, Febrianty, Nurhana Marantika, Rendra Gumilar, Lisa Palindih, and Hastuti Marlina Apud, *Manajemen Humas Sekolah* (Penerbit Widina, 2020), v
- Kardini, Ni Luh, Asmara Sudomo, Achmad Daengs GS, Zainal Arifin, and Sulfikar Sallu, *Manajemen Public Relation* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Khafifah, Nur, 'Strategi Public Relations PT Amsafe Indonesia Dalam Membangun Citra Perusahaan' (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...)
- Khairi, MUHAMMAD, 'Implementasi Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No 90 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Madrasah (Studi Pada MTsN Se-Kabupaten Tapin)', *No*, 20 (2017), 17–58
- Kotler, Philip, Waldemar Pfoertsch, and Ines Michi, *B2B Brand Management* (Springer, 2006), CCCLVII

- Kriyantono, Rachmat, and S Sos, *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif* (Kencana, 2015)
- Kurnia, Indhira Hari, Djoko Santoso, and Andre Noevi Rahmanto, 'Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus Di Sma Negeri 1 Surakarta)', *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.2 (2013)
- Lengkong, Selvina L, Mariam Sondakh, and J W Londa, 'Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)', *Acta Diurna Komunikasi*, 6.1 (2017)
- Lestari, Martha Tri, *Public Relations Event: Membangun Image, Reputasi Dan Mutual Understanding* (Prenada Media, 2021)
- Makmun, Abin Syamsudin, 'Pengelolaan Pendidikan', *Bandung, Pustaka Eduka*, 2010
- Masruroh, Zumrotul, 'Manajemen Pendidikan Keterampilan (Vocational Skill) Di Man Kembangawit', *Muslim Heritage*, 1.2 (2016), 417–38
- Maulana, Pasha Syahrinsa, and Subhan Afifi, 'Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1.2 (2021)
- Morissan, S H, *Manajemen Public Relations* (Kencana, 2014)
- Muhlis, Muhammad, 'Manajemen Public Relations Dalam Meningkatkan Kerjasama Madrasah Dengan Masyarakat', *Academy of Management Learning & Education*, 4.1 (2005), 75–91


- Mulyasana, Dedy, and Aisha Fauzia, 'Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing', 2015
- Murphy, Priscilla, 'Chaos Theory as a Model for Managing Issues and Crises', *Public Relations Review*, 22.2 (1996), 95–113
- Nasution, Isna Asdiani, 'Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza', *Warta Dharmawangsa*, 13.3 (2019)
- Ningrum, Tia Ayu, 'Pelaksanaan Public Relations Di SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat', *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, 2.1 (2020), 747–54
- Nova, Firsan, 'Crisis Public Relations: Strategi Public Relations Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan', *Jakarta: Rajawali Grafindo Persada*, 2011
- Pendidikan, Departemen, 'Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional', *Jakarta: Pustaka Belajar*, 2011
- Prasetyo, Andika Hijrah, 'Strategi Publik Relation Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Organisasi Publik', *JAMAK: Jurnal Administrasi Manajemen Dan Kepemimpinan*, 4.1 (2017), 11–17
- Rahmawati, Suci, and Susi Andrini, 'Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertide Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan', *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2023), 237–54
- Ruhansih, Dea Siti, 'EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran



- 2014/2015)', *QUANTA*, 1.1 (2017), 1–10
- Ruslan, Rosady, 'Manajemen Public Realties & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi', 2012
- Salim, Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis* (Kencana, 2019)
- Sandyakala, Mutiara Cendekia, 'Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.2 (2020), 184–98
- Situmeang, Ilona V Oisina, 'MODUL PENGANTAR PUBLIC RELATIONS', 2015
- Sugiyono, Dr, 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D', 2013
- Supit, Deisy, Danny A Masinambow, and Fentje Ferry Assa, *MANAJEMEN DALAM PENDEKATAN KOMUNIKASI PENDIDIKAN MASYARAKAT* (Mafy Media Literasi Indonesia, 2023)
- Sutisna, S E, 'Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran', 2002
- Tulandi, Emmanuel Vinnessea, Maulana Rifai, and Fardiah Oktariani Lubis, 'Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental', *Jurnal PETIK Volume*, 7.2 (2021), 136
- Valencia, Angel, 'PENGARUH WORK OVERLOAD DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN AUTO2000', *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5.1 (2024), 74–86

## LAMPIRAN

### Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faksimile (0341) 552398 Malang  
<http://fitk.uin-malang.ac.id> email: [fitk@uin-malang.ac.id](mailto:fitk@uin-malang.ac.id)

Nomor : 1040/Un.03.1/TL.00.1/03/2024 19 Maret 2024  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

Kepada  
Yth. Kepala MAN 4 Jombang  
di  
Jombang

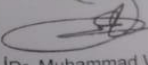
**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Fina Rifatin  
NIM : 200106110093  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Semester - Tahun Akademik : Genap - 2023/2024  
Judul Skripsi : Strategi Publik Relations dalam Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang  
Lama Penelitian : Maret 2024 sampai dengan Mei 2024 (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.  
Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik di sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Dr. Muhammad Walid, MA  
NIP. 19730823 200003 1 002

Tembusan :  
1. Yth. Ketua Program Studi MPI  
2. Arsip

## Surat Keterangan Penelitian dari MAN 4 Jombang



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN JOMBANG  
MAN 4 JOMBANG**

Jalan. KH. Bisri Syansuri 21 ( Komplek Ponpest "Mamba'ul Ma'arif " ) Denanyar 61416  
Telepon (0321) 866442,867449 Fakimile 0321 - 867449  
E-mail : mandenanyar.jombang@gmail.com

### **SURAT KETERANGAN**

Nomor : B- 701/Ma.13.12.04/TL.00/09/2024

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **MOH. ILYAS,Lc.**  
NIP : 196910192005011002  
Jabatan : Penata Tk. I (III/d)  
Nama Lembaga : MAN 4 Jombang  
NPSN : 20579956  
Alamat Lembaga : Jl. KH. Bisri Syansuri no.21 Denanyar Jombang

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa dibawah ini :

N a m a : **Fina Rif'atin**  
NIM : 200106110093  
Program Studi : Managemen Pendidikan Islam  
Keterangan : Telah melakukan penelitian tanggal 20 Maret s.d. 15 Juni 2024, di  
MAN 4 Jombang dengan judul "**Strategi Publik Relations dalam  
Mengembangkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang**"

Demikian untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Jombang 19 September 2024.  
Kepala Madrasah,

**MOH. ILYAS.**

### Instrumen Penelitian

No	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan	Narasumber
1	Bagaimana strategi yang dilakukan <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetapan tujuan</li> <li>• Penentuan langkah-langkah untuk mencapai tujuan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut Bapak/Ibu apakah kegiatan membentuk citra lembaga yang positif itu penting?</li> <li>2. Bagaimanakah strategi yang digunakan lembaga dalam melaksanakan kegiatan dalam mengembangkan citra madrasah?</li> <li>3. Mengapa strategi tersebut dipilih dalam upaya mengembangkan citra madrasah?</li> <li>4. Apakah ada beberapa aspek pertimbangan dalam menentukan strategi dalam upaya mengembangkan citra madrasah?</li> <li>5. Siapa saja yang terlibat dalam proses pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam mengembangkan citra madrasah?</li> <li>6. Bagaimana pembagian <i>job descriptions</i> terkait program/kegiatan dalam mengembangkan citra madrasah?</li> <li>7. Bagaimana cara lembaga untuk mengetahui citra sekolah dimata publiknya?</li> <li>8. Bagaimana proses pelaksanaan pengawasan yang bapak/ibu lakukan dalam kegiatan pengembangan citra madrasah?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepala sekolah Man 4 Jombang</li> <li>2. Waka Humas Man 4 Jombang</li> </ol>

			<p>9. Apa saja yang melatarbelakangi dibentuknya hubungan masyarakat sekolah?</p> <p>10. Dalam hal apa saja bapak selaku kepala sekolah mempunyai wewenang terkait pelaksanaan hubungan masyarakat?</p>	
2	<p>Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor pendukung dan penghambat dari tujuan organisasi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siapa saja pihak-pihak yang menjadi sasaran <i>public relations</i> untuk menjalin hubungan dan kerjasama?</li> <li>2. Wujud kegiatan apa saja yang menjadi upaya <i>public relations</i> untuk menjalin hubungan serta kerjasama dengan public baik internal maupun eksternal?</li> <li>3. Apa saja yang menjadi media komunikasi <i>public relations</i> dalam membina hubungan dan kerjasama?</li> <li>4. Bagaimana pelayanan <i>public relations</i> terhadap public sebagai wujud pelaksanaan <i>public relations</i> dalam membina hubungan baik?</li> <li>5. Apakah pernah terjadi konflik antara pihak sekolah dengan public internal maupun eksternal?</li> <li>6. Hambatan apa saja yang dihadapi <i>public relations</i> dalam membina hubungan dengan public internal maupun eksternal?</li> <li>7. Bagaimana upaya-upaya dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut?</li> <li>8. Bagaimana upaya sekolah untuk dapat mengetahui</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepala sekolah Man 4 Jombang</li> <li>2. Waka Humas Man 4 Jombang</li> <li>3. Tata Usaha</li> </ol>

			<p>kebutuhan informasi publiknya?</p> <p>9. Apakah informasi yang disampaikan sudah sesuai dengan fakta dan kebutuhan publiknya?</p> <p>10. Dilihat dari feed back yang diperoleh apakah informasi yang diberikan selama ini sudah memenuhi kebutuhan informasi pihak eksternal?</p> <p>11. Bagaimana upaya yang dilakukan madrasah agar pihak eksternal merasa puas dengan informasi yang diberikan?</p> <p>12. Apakah public pernah mengalami kesalahan penafsiran informasi yang diterima?</p> <p>13. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh <i>public relations</i> untuk mengatasi kesalahan penafsiran tersebut?</p> <p>14. Media komunikasi apa saja yang digunakan <i>public relations</i> dalam menyampaikan informasi kepada public internal dan eksternal?</p> <p>15. Apa saja pertimbangan <i>public relations</i> dalam memilih media komunikasi dalam menyampaikan informasi?</p> <p>16. Informasi apa saja yang disampaikan madrasah kepada khalayak yang dituangkan ke dalam berbagai macam media komunikasi tersebut?</p> <p>17. Bagaimana upaya <i>public relations</i> dalam pengelolaan media komunikasi tersebut?</p>	
--	--	--	---	--

			<p>18. Dampak apa saja yang ditimbulkan bila pengurus <i>public relations</i> merangkap sebagai pejabat lain?</p> <p>19. Kendala apa saja yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam penyampaian informasi?</p> <p>20. Faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan/ketidakberhasilan humas dalam penyampaian informasi?</p> <p>21. Upaya apa saja yang ditempuh untuk mengatasi kendala-kendala tersebut?</p> <p>22. Siapa saja yang menjadi public internal sasaran <i>public relations</i> dalam penyampaian informasi?</p> <p>23. Siapa saja yang menjadi public eksternal sasaran <i>public relations</i> dalam penyampaian informasi?</p> <p>24. Mengapa <i>public relations</i> memilih pihak-pihak tersebut sebagai sasaran informasi?</p> <p>25. Bagaimana cara menangani umpan balik dari public berupa pengaduan, kritik, atau complain?</p>	
3	<p>Apa hasil dari strategi <i>public relations</i> dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 4 Jombang?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil akhir (baik positif maupun negative) dari seluruh pelaksanaan kegiatan.</li> </ul>	<p>1. Kegiatan apa saja yang sudah dilakukan <i>public relations</i> dalam upaya mengembangkan citra madrasah?</p> <p>2. Apakah <i>public relations</i> mengadakan kegiatan yang melibatkan public eksternal? Sebutkan.</p>	<p>1. Waka Humas Man 4 Jombang</p> <p>2. Komite madrasah</p>

			<p>3. Adakah strategi yang digunakan <i>public relations</i> dalam kaitannya sebagai pengembangan citra madrasah? Jelaskan</p> <p>4. Apakah ada saran dan kritik dari public internal dan eksternal yang disampaikan kepada pihak sekolah?</p> <p>5. Mengenai hal apa saja <i>public relations</i> mendapat kritikan dan saran dari public internal maupun eksternal?</p> <p>6. Upaya apa saja yang dilakukan <i>public relations</i> dalam menangani respon berupa saran dan kritikan public internal maupun eksternal?</p> <p>7. Pihak-pihak mana saja yang menjadi sasaran <i>public relations</i> dalam membentuk opini public yang positif terhadap sekolah?</p> <p>8. Hambatan apa saja yang dihadapi <i>public relations</i> dalam usahanya untuk membangun kepercayaan public terhadap madrasah?</p> <p>9. Usaha-usaha yang dilakukan <i>public relations</i> untuk menghadapi kendala tersebut?</p> <p>10. Berapa banyak siswa yang mendaftar di MAN 4 Jombang tahun ini?</p> <p>11. Berapakah rata-rata Tingkat kelulusan MAN 4 JOMBANG lima tahun terakhir?</p> <p>12. Apakah terjadi peningkatan/penurunan yang mendaftar di MAN 4 Jombang lima tahun terakhir?</p>	
--	--	--	---	--



## DOKUMENTASI PENELITIAN



Foto dengan Waka Humas



Foto dengan Waka Kesiswaan



Foto dengan Ketua Tim KSM



Foto dengan Ketua TU