

**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM UPAYA
PENINGKATAN *SCHOOL BRANDING* MELALUI PROGRAM
GERBANG (GEMAR BERBAHASA ASING)
DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1 BANYUWANGI**

TESIS



Disusun Oleh:

Maswanda Fazriyati

NIM. 230106210016

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2025

TESIS**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM UPAYA
PENINGKATAN *SCHOOL BRANDING* MELALUI PROGRAM
GERBANG (GEMAR BERBAHASA ASING) DI MTsN 1 BANYUWANGI**

Diajukan kepada:

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program
Magister Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

Maswanda Fazriyati 230106210016

Pembimbing I:

Prof. Dr. Marno, M.Ag.

Pembimbing II:

Prof. Dr. H. Akhmad Nurul Kawakip, M.Pd., M.A.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maswanda Fazriyati

NIM : 230106210016

Judul Tesis : *Manajcmn Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan School Branding Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.*

Menyatakan bahwa tesis 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 mendapat sanksi akademis.

Malang, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,



Maswanda Fazriyati

NIM: 230106210016

LEMBAR PERSETUJUAN**LEMBAR PERSETUJUAN**

Naskah tesis dengan judul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.” Yang telah disusun oleh Maswanda Fazriyati (230106210016) ini telah diperiksa secara keseluruhan dan telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diuji pada sidang ujian tesis.

Malang, 26 Mei 2025

Pembimbing I

Prof. Dr. Marno., M.Ag.

NIP. 197208222002121001



Pembimbing II

Prof. Dr. H. A. Nurul Kawakip, M.Pd., M.A

NIP. 197507312001121001



Mengetahui

Ketua Program Studi

Magister Manajemen Pendidikan Islam



Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd

NIP. 19801001 200801 1 016

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.

Oleh **Maswanda Fazriyati (230106210016)** ini dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Magister Pendidikan (M.Pd).

Dewan Ujian	Tanda Tangan
Penguji Utama Prof. Dr. Hj. Sutiah, M.Pd. NIP. 196510061993032003	: 
Ketua Penguji Dr. H. Muhammad In'am Esha, M.Ag. NIP. 197503102003121004	: 
Pembimbing I Prof. Dr. Marno, M.Ag. NIP. 197208222002121001	: 
Pembimbing II Prof. Dr. H. A. Nurul Kawakip, M.Pd., MA NIP. 197507312001121001	: 

Mengesahkan
Direktur Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang


Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.Ak
NIP.19690303 200003 1 002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penelitian transliterasi Arab-Latin dalam tesis 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 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

MOTTO

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ (رواه الترمذي)

Terjemahnya:

Barangsiapa beriman kepada Allah dan Hari Akhir lalu harus berbicara baik atau diam." (HR. Tirmidzi)¹

~Menjalin hubungan, membangun kepercayaan, memperkuat identitas.~

(Maswanda Fazriyati, 2025)

¹ "H.R Tirmidzi," accessed June 19, 2025, <https://nu.or.id/quote-islami/berkatalah-yang-baik-atau-diam-saja-9SRDR>.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rahmat Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Tesis ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Abd. Rochman dan Ibu Mariyati
2. Kedua kakak, Dina Kurniyawati, S.Pd., dan Marta Nur Hidayati, S.E.
3. Dan juga teruntuk Mas Heru Ardiansyah, S.Kom

Selain itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada para dosen yang telah memberi banyak bimbingan dan saran. Selain itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas bimbingan dan dukungannya.

.

KATA PENGANTAR

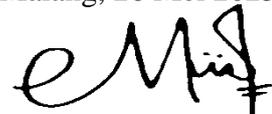
Puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan tesis. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan kebenaran.

Dalam pembuatan tesis ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.Ak dan Drs. H. Basri, MA., Ph.D selaku Direktur dan Wakil Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd, dan Dr. Muhammad Amin Nur, M.A selaku ketua dan sekretaris program studi Magister Manajemen Pendidikan Islam.
4. Prof. Dr. Marno, M.Ag. selaku pembimbing I dan Prof. Dr. H. A. Nurul Kawakip, M.Pd., M.A selaku pembimbing II yang telah sabar membimbing dalam penyelesaian tesis ini dengan penuh keikhlasan.
5. Seluruh dosen pascasarjana atas ilmu dan bimbingan yang luar biasa. Semoga segala kebaikan Bapak dan Ibu menjadi amal yang terus mengalir.
6. Segenap civitas akademika UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak Ibu guru serta keluarga MTsN 1 Banyuwangi.
8. Seluruh sahabat MMPI *fast track* angkatan 2023 UIN Malang.

Semoga Tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian tesis ini terdapat kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis sebagai penyusun.

Malang, 26 Mei 2025



Maswanda Fazriyati
NIM. 230106210016

ABSTRAK

FAZRIYATI, MASWANDA 2025. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi, Tesis, Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Prof. Dr. Marno, M.Ag. dan Prof. Dr. H. A. Nurul Kawakip, M.Pd., MA.

Manajemen humas memegang peran penting dalam proses peningkatan *school branding* madrasah. Dengan humas melakukan tugas dengan baik maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan *school branding*. Salah satu bentuk implementasi manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi adalah melalui program Gerbang. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing siswa dan membentuk identitas madrasah yang unggul di bidang bahasa.

Tujuan penelitian untuk mengetahui (1) proses manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi. (2) model humas MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya peningkatan *school branding* pada implementasi program Gerbang. (3) implikasi adanya program Gerbang pada upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi.

Penelitian ini dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Subjek penelitian meliputi kepala madrasah, waka humas, waka penjaminan mutu, koordinator gerbang, guru, dan duta bahasa.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Proses manajemen humas pada program gerbang mencakup pendefinisian masalah dan peluang secara strategis dan sistematis, perencanaan program secara terstruktur sekaligus memuat pengorganisasian peran guru dan siswa sebagai duta bahasa, pelaksanaan kegiatan gerbang secara rutin setiap hari (bahasa arab dan bahasa inggris) secara berselang seling dan publikasi secara konsisten, dan evaluasi berkala melalui monitoring langsung dan umpan balik dari warga madrasah dan pihak kementerian agama. Sekaligus perbaikan strategi dengan mencukupi kebutuhan sarana dan penambahan inovasi kegiatan didalam program gerbang (2) Model manajemen humas yang digunakan mengarah pada dua pendekatan yaitu model *public information* untuk memastikan transparansi dalam penyampaian informasi kepada public. Dan model *two-way symmetrical communication*, terdapat komunikasi timbal balik antara madrasah dengan publik secara aktif melalui media sosial, publikasi digital, dan kemitraan eksternal. (3) Implikasi dari strategi ini adalah meningkatnya kepercayaan public, peningkatan daya tarik calon siswa, peningkatan prestasi siswa, peningkatan reputasi madrasah menjadi madrasah unggul dibuktikan dengan surat keterangan kementerian agama Banyuwangi, meningkatnya percaya diri siswa, perluasan jangkauan promosi secara berkelanjutan dapat meningkatnya follower media sosial madrasah.

Kata Kunci: Manajemen Hubungan Masyarakat, Peningkatan *School Branding*, Program Gerbang.

ABSTRACT

FAZRIYATI, MASWANDA 2025. Public Relations Management in an Effort to Improve School Branding Through the Gerbang Program (Enthusiasm for Foreign Languages) at State Islamic Junior High School 1 Banyuwangi, Thesis, Master of Islamic Education Management, Postgraduate, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisors: Prof. Dr. Marno, M.Ag. and Prof. Dr. H. A. Nurul Kawakip, M.Pd., MA.

Public relations management plays an important role in the process of improving school branding. With public relations doing their job well, it will have a positive effect on improving school branding. One form of public relations management implementation in an effort to improve school branding at MTsN 1 Banyuwangi is through the Gerbang program. This program aims to improve students' foreign language skills and form a school identity that excels in language.

The purpose of this study was to determine (1) the public relations management process in an effort to improve school branding through the Gerbang program at MTsN 1 Banyuwangi. (2) the public relations model of MTsN 1 Banyuwangi in an effort to improve school branding in the implementation of the Gerbang program. (3) the implications of the Gerbang program in efforts to improve school branding at MTsN 1 Banyuwangi.

This study uses a qualitative approach and a case study type of research. Data collection techniques through field observation, in-depth interviews, and documentation. The subjects of the study included the principal, vice principal of public relations, vice principal of quality assurance, gateway coordinator, teachers, and language ambassadors.

The results of this study are (1) The public relations management process in the Gerbang program includes identifying problems and opportunities strategically and systematically, planning a structured program while also including organizing the roles of teachers and students as language ambassadors, implementing routine Gerbang activities every day (Arabic and English) alternately and publishing consistently, and periodic evaluation through direct monitoring and feedback from school residents and the Ministry of Religion. As well as improving the strategy by meeting the needs of facilities and adding innovations to activities in the Gerbang program, (2) The public relations management model used leads to two approaches, namely the public information model to ensure transparency in conveying information to the public. And the two-way symmetrical communication model, there is active reciprocal communication between schools and the public through social media, digital publications, and external partnerships. (3) The implications of this strategy are increasing public trust, increasing the attractiveness of prospective students, increasing student achievement, increasing the school's reputation as a superior school as evidenced by a certificate from the Banyuwangi Ministry of Religion, increasing student confidence, expanding the reach of promotions on an ongoing basis can increase the school's social media followers.

Keywords: Public Relations Management, Improving School Branding, Gerbang Program.

ملخص

مسوندا فزيباتي. ٢٠٢٥. إدارة العلاقات العامة في تحسين هوية المدرسة من خلال برنامج "حبّ التحدّث باللغات الأجنبية" في مدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ بانينوانجي. رسالة الماجستير، كليات الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشريف الأول: الدكتور مارنو الماجستير، المشرف الثاني: الدكتور نور الكواكب الماجستير.

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، تحسين هوية المدرسة، حبّ التحدّث باللغات الأجنبية تلعب إدارة العلاقات العامة دوراً مهماً في تحسين هوية المدرسة. وغالباً ما يُنظر إلى قسم العلاقات العامة نظرة سطحية. ولكن عندما يقوم قسم العلاقات العامة بعمله بشكل جيد، فإن ذلك يؤثر بشكل إيجابي على تحسين هوية المدرسة. ومن أشكال تنفيذ إدارة العلاقات العامة في تحسين هوية المدرسة في المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ بانينوانجي هو من خلال برنامج "حبّ التحدّث باللغات الأجنبية". ويهدف هذا البرنامج إلى تحسين مهارات الطلاب في اللغات الأجنبية وتشكيل هوية متميزة للمدرسة في مجال اللغة.

هدف هذا البحث هو (١) لمعرفة عملية إدارة العلاقات العامة في تحسين هوية المدرسة من خلال برنامج "حبّ التحدّث باللغات الأجنبية" (٢) نموذج إدارة العلاقات العامة في تحسين هوية المدرسة من خلال برنامج "حبّ التحدّث باللغات الأجنبية" في مدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ بانينوانجي (٣) أثر برنامج "محبة اللغات الأجنبية" في تحسين هوية المدرسة من خلال برنامج "حبّ التحدّث باللغات الأجنبية" في مدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ بانينوانجي.

تعتمد هذه الدراسة على منهج نوعي ودراسة حالة. وقد اعتمدت أساليب جمع البيانات على الملاحظة الميدانية والمقابلات المعمقة والتوثيق. وشملت عينة الدراسة مدير المدرسة، ونائب مدير العلاقات العامة، ونائب مدير ضمان الجودة، ومنسق برنامج هواة اللغات الأجنبية، والمعلمين، وسفراء اللغات.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية (١) تشمل عملية إدارة العلاقات العامة في برنامج هواة اللغات الأجنبية تحديد المشكلات والفرص بشكل استراتيجي ومنهجي، وتخطيط برنامج منظم، وتنظيم أدوار المعلمين والطلاب كسفراء لغات، وتنفيذ أنشطة هواة اللغات الأجنبية بشكل روتيني يوميًا باللغتين العربية والإنجليزية بالتناوب، والنشر بشكل منتظم، والتقييم الدوري من خلال المراقبة المباشرة وتلقي الملاحظات من سكان المدرسة ووزارة الأوقاف. بالإضافة إلى تحسين الاستراتيجية من خلال تلبية احتياجات المرافق وإضافة ابتكارات إلى أنشطة برنامج هواة اللغات الأجنبية (٢) يعتمد نموذج إدارة العلاقات العامة المستخدم على منهجين، هما نموذج المعلومات العامة لضمان الشفافية في نقل المعلومات إلى الجمهور. ونموذج الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه، هناك اتصال متبادل نشط بين المدارس والجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمنشورات الرقمية والشراكات الخارجية (٣) إن آثار هذه الاستراتيجية هي زيادة ثقة الجمهور، وزيادة جاذبية الطلاب المحتملين، وزيادة تحصيل الطلاب، وزيادة سمعة المدرسة كمدرسة متفوقة كما يتضح من شهادة من وزارة الدين في بانينوانجي، وزيادة ثقة الطلاب بأنفسهم، وتوسيع نطاق العروض الترويجية على أساس مستمر وزيادة متابعي المدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي.

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus penelitian:	9
C. Fokus penelitian:	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Orisinalitas Penelitian	11
G. Definisi Istilah.....	16
H. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Kajian Teori	19
1. Manajemen Hubungan Masyarakat	19

2. Peningkatan <i>School Branding</i>	26
3. Implementasi Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)	29
B. Kerangka Berfikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Subyek Penelitian	34
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Data dan Sumber Data Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data	36
G. Pengecekan Keabsahan Data	37
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	39
A. Deskripsi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi	39
1. Sejarah Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi	39
2. Visi, misi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.....	41
3. Identitas Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi	41
4. Sarana dan Prasarana.....	42
B. Paparan Data	43
1. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> Melalui Program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi.....	43
2. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> Pada Program Gerbang	74
3. Implikasi Adanya Program Gerbang Pada Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> di MTsN 1 Banyuwangi.....	80
C. HASIL PENELITIAN	94
BAB V PEMBAHASAN	100
A. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi	100
B. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> Pada Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) ..	116

C. Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan <i>School Branding</i> di MTsN 1 Banyuwangi	120
BAB VI PENUTUP	128
A. Simpulan	128
B. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Orisinalitas Penelitian	13
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar Tingkat Kemahiran Bahasa	5
Gambar 2 PDCA	20
Gambar 3 Visi Misi MTsN 1 Banyuwangi	41
Gambar 4 Identitas MTsN 1 Banyuwangi	41
Gambar 5 Sarana dan Prasarana.....	42
Gambar 6 Guru Berprestasi.....	55
Gambar 7 Program Kerja Waka Humas	58
Gambar 8 MoU ELC	59
Gambar 9 Pemberian Reward	65
Gambar 10 Upacara Bendera Berbahasa Asing	65
Gambar 11 Kedatangan Turis Mancanegara.....	66
Gambar 12 Kedatangan Kepala Kemenag Banyuwangi.....	66
Gambar 13 Youtube MTsN 1 Banyuwangi	68
Gambar 14 Web Resmi Madrasah	68
Gambar 15 Iconic Gerbang	72
Gambar 16 Proses Manajemen Humas	73
Gambar 17 PPDB 2024/2025	81
Gambar 18 PPDB 2025/2026	82
Gambar 19 Juara Story Telling	83
Gambar 20 Prestasi Bahasa Siswa	84
Gambar 21 SK Kemenag Banyuwangi No. 107 Tahun 2024	87
Gambar 22 Akun Instagram Madrasah	92
Gambar 23 Akun Tiktok Madrasah.....	92
Gambar 24 Implikasi Program Gerbang	94
Gambar 25 Ringkasan Keseluruhan Fokus Penelitian	99
Gambar 26 Grafik Peningkatan PPDB.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Didalam aspek apapun termasuk pendidikan tidaklah terlepas dari istilah problematika atau masalah. Banyak hal permasalahan didunia pendidikan diantaranya seperti masih kurangnya manajemen pendidikan, masalah efisiensi penggunaan sumber daya, pemerataan akses pendidikan, masalah pembiayaan, dan masalah tenaga kependidikan, dll.² Problem manajemen pendidikan menunjukkan bahwa sistem pendidikan nasional masih belum efisien. Ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem pendidikan nasional memerlukan konsep dan pengalaman manajemen pendidikan yang sistematis dan diterapkan dalam berbagai konteks permasalahan.

Untuk menjamin sistem pendidikan berjalan dengan baik dan berhasil, manajemen pendidikan adalah kuncinya. Penerapan sistem manajemen yang bagus maka akan meningkatkan kinerja manajerial dengan cara memastikan semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan.³ Dalam melakukan suatu hal apapun termasuk dalam menjalankan pengelolaan pendidikan diharuskan melakukan manajemen dengan tujuan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

² A Samad Usmad, "Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Penerapan Manajemen Berbasis Sekolah," *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA* 15, no. 1 (2014): 13–31, file:///C:/Users/HP/Downloads/554-1053-1-SM.pdf.

³ Saifullah Isri, "Etika Pengelolaan *Manajemen* Pendidikan Islam," *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 13, no. 4 (2023): 491, <https://doi.org/10.22373/jm.v13i4.22212>.

Didalam melakukan pengelolaan pendidikan terdapat beberapa aspek penting didalamnya seperti pengelolaan manajemen kurikulum, keuangan, SDM, dan yang tidak kalah penting keberadaannya adalah manajemen humas. Manajemen humas memiliki posisi yang sangat penting dalam menjalankan pendidikan di madrasah. Masyarakat luas dapat mengetahui dan mempercayai madrasah merupakan tugas dari bagian hubungan masyarakat.

Manajemen humas dapat membantu madrasah menciptakan *brand* positif dan meningkatkan daya tarik siswa.⁴ Artinya pengelolaan kehumasan di madrasah dengan baik mampu meningkatkan *school branding*. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya penelitian terdahulu menunjukkan bahwasanya manajemen humas dapat membantu madrasah untuk menciptakan *branding* yang kuat dan menarik.⁵ Untuk menciptakan iklim madrasah yang baik, humas memiliki tanggung jawab untuk membangun saling pengertian dan kerjasama yang baik antara madrasah dengan publik. Pada akhirnya, humas dapat membangun *branding* dengan berkomunikasi dengan baik dengan publik.⁶ Hal tersebut membuktikan bahwasanya sebagai apapun madrasah maka tidak akan diketahui oleh masyarakat luas jika madrasah tersebut memiliki pengelola manajemen humas yang pasif. Begitu juga sebaliknya, madrasah yang memiliki kualitas standart jika memiliki

⁴ Tri Wahyono, "Manajemen Humas Dalam Menciptakan Branding School Di MI Mambaul Ma'arif Denanyar, Jombang" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2022).

⁵ Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," *J-Mpi* 3, no. 2 (2018): 72–84, <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>.

⁶ Robby Adhitya, Muhammad Noor, and Hairunnisa, "Analisis Tugas Pokok Dan Fungsi Hubungan Masyarakat Universitas Mulawarman," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 325–36, [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal_Robby_\(02-20-18-07-56-29\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal_Robby_(02-20-18-07-56-29).pdf).

pengelola kehumasan yang mumpuni maka akan lebih dikenal masyarakat dan masyarakat juga akan lebih percaya.

Pengelolaan manajemen humas yang baik di madrasah maka akan berdampak positif terhadap *branding* madrasah. Pembangunan *branding* sangat memerlukan peran manajemen yang baik dan kuat, salah satunya adalah manajemen hubungan masyarakat.⁷ *School branding* bertujuan untuk memberikan citra dan reputasi yang baik di masyarakat sehingga madrasah dapat dikenal, diingat, dan tidak dibandingkan dengan madrasah lainnya. Kepercayaan masyarakat pada merek dan produk madrasah telah tumbuh karena kualitasnya baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁸ Sehingga penting keberadaan *school brand* terhadap kepercayaan masyarakat.

Madrasah harus memperhatikan berbagai aspek termasuk pentingnya manajemen humas, didalam menciptakan madrasah unggul sesuai dengan perkembangan zaman. Maka pengelola pendidikan juga harus selalu update dalam mengetahui peluang yang dimiliki. Penggalian peluang-peluang ini menunjukkan bahwasanya kemahiran berbahasa asing menjadi bagian penting dari peningkatan kualitas pendidikan Indonesia. Kim mengatakan bahwa belajar berbagai bahasa asing adalah cara untuk hidup sukses.⁹ Penguasaan

⁷ Siti Fatimah and Budi Haryanto, "The Role Of Public Relations Management In Building School Branding [Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Branding Sekolah]," *UMSIDA Preprints Server*, 2025, 1–9, <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.6926>.

⁸ Laily Nuril Ayunisa and Muhamad Sholeh, "Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10, no. 1 (2022): 59–72.

⁹ Muhamad Fauzi, "Penguasaan Bahasa Asing Kunci Persaingan Di Era Globalisasi," 18 Maret 2022 13.37, 2022, <https://mediaindonesia.com/humaniora/479028/penguasaan-bahasa-asing-kunci-persaingan-di-era-globalisasi>.

bahasa asing menjadi bekal dalam kesiapan menghadapi tantangan perubahan zaman yang sangat pesat.

Dalam proses globalisasi, bahasa asing merupakan cara penting untuk masuk ke masyarakat secara keseluruhan dan membantu orang-orang dari negara lain memperoleh pengetahuan.¹⁰ Untuk dapat bersaing dan berkompetisi di era globalisasi saat ini, penguasaan bahasa asing adalah salah satu modal penting.¹¹ Sehingga perlu di perhatikan mengenai penguasaan bahasa asing bagi masyarakat Indonesia, terlebih untuk para generasi bangsa yang harus dapat mengatasi tantangan zaman yang berkembang pesat.

Ternyata negara Indonesia pada tahun 2023 menduduki peringkat 79 dari 113 negara tingkat kemahiran berbahasa Inggris. Dan menduduki peringkat 13 dari 23 negara di Asia.¹² Data ini sesuai dengan data indeks kemahiran bahasa Inggris EF (EF EPI). Indonesia menduduki skor 473 yang mana perlu berupaya untuk memperbaiki kemampuan bahasa Inggris agar dapat bersaing lebih baik di tingkat global. *Education First (EF)*, lembaga pendidikan terkemuka di seluruh dunia, mengumumkan indeks kemahiran bahasa Inggris EF 2023, yang diambil oleh 2,2 juta peserta dari 113 negara, dan memberikan analisis menyeluruh tentang tingkat kemahiran bahasa Inggris di seluruh dunia.

¹⁰ Verren Auranissa Hernanda, Afwa Yasyfa Azzahra, and Fitri Alfarisy, "Pengaruh Penerapan Bahasa Asing Dalam Kinerja Pendidikan," *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 1 (2022): 88–95, <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.514>.

¹¹ Rindu Aulia Razika Hilmi and Megan Asri Humaira, "Pengaruh Bahasa Asing Terhadap Perekonomian Global," *Karimah Tauhid* 3, no. 1 (2024): 662–68, <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.9204>.

¹² Indonesia Scholarship Center, "Data Indeks Kemahiran Berbahasa Inggris EF (EF EPI) 2023," n.d., <https://www.ef.co.id/epi/>.



Gambar 1 Daftar Tingkat Kemahiran Bahasa

Nah, melihat data yang ada. Pemerintah negara Indonesia khususnya pengelola pendidikan Indonesia haruslah segera memperbaiki masalah ini. Padahal didalam penyelenggaraan proses pembelajaran di kelas sudah ada mata pelajaran bahasa Asing. Pembelajaran bahasa asing di Indonesia bertujuan untuk memastikan bahwa siswa dapat memperoleh pengetahuan dan mengikuti perkembangan dunia secara keseluruhan, serta menyebarkan diri ke masyarakat global.¹³ Untuk dapat menyerap ilmu dan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dunia dibutuhkan menghafalkan dan memahami kosa kata dari bahasa yang digunakan yaitu bahasa internasional.

Nasaruddin Umar, Menteri Agama Republik Indonesia, meminta Pemerintah Mesir mengirimkan lebih banyak guru Bahasa Arab ke Indonesia. Dalam kunjungannya ke Kantor Pusat Kementerian Agama RI, Usamah Sayyid Azhary, Menteri Wakaf Mesir, menyatakan komitmennya untuk meningkatkan jumlah guru bahasa Arab dari 20 menjadi 200, bahkan 2.000 guru setiap tahun.¹⁴ Pihak pemerintah khususnya kementerian agama telah

¹³ Iman Santoso, "Pembelajaran Bahasa Asing Di Indonesia: Antara Globalisasi Dan Hegemoni," *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 14, no. 1 (2014): 1, https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v14i1.696.

¹⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Menag Minta Kirim 200 Guru Bahasa Arab Ke Indonesia, Mesir Sanggupi 2.000," 22 Oktober 2024, n.d., <https://www.instagram.com/p/DBc80Z3JjZ9/?igsh=Zm0wMHlpNWxcDdq>.

memberikan inovasi untuk mengatasi masalah ketertinggalan penguasaan bahasa Arab terhadap generasi Indonesia.

Dalam menghadapi permasalahan ini, tidak cukup rasanya dalam upaya peningkatan kualitas pendidikan Indonesia hanya mengandalkan proses pembelajaran dikelas. Maka dibutuhkan program inovasi dalam mengatasi masalah ini. Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) adalah salah satu program yang dicanangkan oleh seksi pendidikan madrasah Kabupaten Banyuwangi yang bertujuan untuk meningkatkan penguasaan bahasa asing siswa khususnya dijenjang madrasah tsanawiyah seluruh di Kabupaten Banyuwangi.

Program Gerbang dibuat khusus menjadi program unggulan yang menjadi ciri khas seksi pendidikan madrasah Kabupaten Banyuwangi di seluruh Indonesia. Kepala seksi Pendma Kemenag Banyuwangi, Bapak H. Dimiyati, M.Pd mengumumkan program-program inovasi Pendma pada akhir tahun 2023. Namun, untuk petunjuk teknisnya seksi pendma menyerahkan sepenuhnya kepada pihak madrasah bagaimana pengelolaan program ini. Hal ini menjadikan pihak madrasah harus memiliki ide inovasi se kreasi mungkin. Dan hal ini juga akan menjadi penciri untuk madrasah dalam penyelenggaraan program Gerbang ini. Penyelenggaraan program ini serentak se-Kabupaten Banyuwangi yaitu tahun ajaran baru 2024, tepatnya pada bulan Februari 2024. Namun, adanya kelancaran keberlangsungan penyelenggaraan program Gerbang ini berbeda-beda di setiap madrasah. MTsN 1 Banyuwangi menjadi salah satu madrasah yang aktif dalam menerapkan program Gerbang ini dan selalu update di semua social media madrasah.

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi merupakan salah satu Madrasah Tsanawiyah di Kabupaten Banyuwangi yang menerapkan program dari seksi pendidikan madrasah kementerian agama kabupaten Banyuwangi. MTsN 1 Banyuwangi menjadi madrasah yang aktif menerapkan setiap hari dan melaporkan kegiatan program Gerbang setiap hari di social media madrasah. Hal tersebut menjadikan semakin meningkatnya daya tarik masyarakat terhadap madrasah.

Dengan adanya program Gerbang ini menjadikan madrasah lebih mudah dalam mencetak generasi berkualitas dan mempersiapkan untuk bersaing dan bertahan di era globalisasi dengan kemampuan yang dimiliki. Tujuan pertama program ini bukanlah mencetak kemahiran penguasaan asing melainkan ketertarikan siswa terhadap mempelajari. Pelajaran bahasa asing merupakan pembelajaran yang dirasa membosankan dan dirasa sulit dipahami. Sehingga diperlukan ketertarikan terlebih dahulu didalam hati siswa siswi mengenai belajar bahasa asing. Dan juga menghilangkan rasa bosan, menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengimplementasikan kosa kata yang telah dikuasai dalam berbicara sehari-hari.

Pembiasaan berbicara bahasa asing menjadi metode yang dianggap cepat dalam pemahaman kosa kata bahasa asing. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara kebiasaan belajar berbicara bahasa Inggris dan kepercayaan diri dengan keterampilan berbicara siswa.¹⁵ Nah, program ini menitikkan pada pembiasaan berbicara bahasa

¹⁵ Iful Rahmawati Mega and Dody Sugiarto, "Speaking Skill in Correlation with English Speaking Learning Habit and Self Confidence of Vocational High School Students," *Journal of Foreign Language Teaching and Learning* 5, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.18196/ftl.5253>.

asing yaitu bahasa Arab dan bahasa Inggris agar siswa-siswi MTsN 1 Banyuwangi memiliki jiwa percaya diri untuk berbicara bahasa asing.

Dengan adanya pembiasaan ini ternyata sangat berpengaruh positif terhadap perkembangan kemampuan bahasa asing siswa-siswi dan juga tentunya lebih mudah dalam implementasi kurikulum yang berlaku saat ini. Program ini juga relevan dengan regulasi pendidikan saat ini yang lebih menonjolkan lebih banyak praktek dibandingkan dengan pemberian teori.

Program Gerbang ini juga sangat berpengaruh positif citra madrasah. Dengan adanya program ini, madrasah lebih dikenal oleh masyarakat. Gerbang dilaksanakan pada jam ke-0 yang menjadikan semua wali murid yang mengantarkan putra putrinya mengetahui prosesi kegiatan program gerbang. Hal tersebut menjadikan adanya promosi antar mulut ke mulut. Dan sangat banyak wali murid yang tertarik dan bangga ketika anaknya mampu berbicara bahasa Inggris dan mengunggahnya di social media masing-masing. Dari pihak Humas madrasah juga tidak tinggal diam. Setiap harinya melaporkan keseluruhan kegiatan madrasah termasuk program gerbang, baik di Instagram, web, youtube. Hal tersebut menjadikan dapat dijangkau oleh khalayak luas.

Menurut penjelasan sebelumnya, penelitian ini membahas program gerbang yang berjudul **“Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.”**

B. Fokus penelitian:

1. Bagaimana proses manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi?
2. Bagaimana model humas MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya peningkatan *school branding* pada implementasi program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)?
3. Bagaimana implikasi adanya program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) pada upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi?

C. Fokus penelitian:

1. Bagaimana proses manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi?
2. Bagaimana model humas MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya peningkatan *school branding* pada implementasi program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)?
3. Bagaimana implikasi adanya program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) pada upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan proses manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi
2. Untuk menganalisis model humas MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya peningkatan *school branding* pada implementasi program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)
3. Untuk mengetahui implikasi adanya program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) pada upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menghasilkan manfaat teoritis dan praktis khususnya dalam bidang pendidikan berdasarkan konteks dan tujuan penelitian. Manfaat yang dapat dihasilkan dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya pembiasaan berbahasa asing bagi siswa dengan adanya program Gerbang.

2. Manfaat secara praktis

a. Manfaat bagi peneliti

Potensi penelitian ini adalah untuk meningkatkan dan memperluas pengetahuan peneliti tentang madrasah mengenai manajemen humas pada program gerbang dalam upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi..

b. Manfaat bagi peneliti berikutnya

Adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut tentang manajemen humas dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program gerbang di MTsN 1 Banyuwangi.

F. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini menggunakan temuan dari beberapa studi sebelumnya, yang tentunya membahas tema yang sama dengan yang dibahas dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa referensi untuk penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilaksanakan oleh Jundatul Afidah pada tahun 2023. Penelitian ini berjudul manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* sekolah melalui program unggulan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Hasil penelitian ini adalah dilakukan langkah-langkah perencanaan termasuk analisis kebutuhan siswa, penerimaan aspirasi, kolaborasi dengan media, rapat kerja dan kerja sama dengan pihak program unggulan, dan koordinasi humas dengan internal dan eksternal. Proses humas mencakup publikasi dan promosi, komunikasi yang aktif dan luas, kerja sama yang baik, pelayanan terbaik, dan sertifikasi PIQ al-Qur'an.¹⁶

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Asiyah Khoirun Nisak tahun 2023.¹⁷ Penelitian ini berjudul implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* dan minat masyarakat di MTs Miftahul Khoir Probolinggo. Penelitian ini adalah studi kasus kualitatif. Hasilnya

¹⁶ Jundatul Afidah, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus Di SMA Khadijah Dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)," *Ethesis Uin Malang* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023), <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/55647>.

¹⁷ Asiyah Khoirun Nisak, "Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Dan Minat Masyarakat Di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khoir Desa Menyono Kecamatan Kuripan Kabupaten Probolinggo," *Ethesis UIN Malang* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023).

menunjukkan manajemen humas melakukan membuat perencanaan berdasarkan hasil analisis, mengorganisasikan tugas humas, melakukan koordinasi rapat resmi dan tidak resmi, dan kegiatan formal dan non-formal, dan evaluasi dengan rapat internal dan eksternal dan efek baik positif maupun negatif.

Ketiga, dilaksanakan Tutut Sholihah tahun 2018.¹⁸ Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Penelitian ini berjudul strategi manajemen humas dalam menciptakan *school branding* pada sekolah islam terpadu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika strategi direncanakan dan diterapkan sesuai dengan perancangan akan menghasilkan dan mempengaruhi kemajuan sekolah. Dengan demikian, strategi humas dapat diterapkan pada sekolah Islam terpadu untuk menciptakan merek.

Keempat, dilakukan oleh Nurul tahun 2018.¹⁹ Metode kualitatif studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menejemen humas madrasah melaksanakan tahapan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dilakukan secara tim yang solid dibawah koordinasi kepala madrasah. Dan didalam menjalankan manajemen humas terdapat factor pendukung dan factor penghambat.

Kelima, penelitian yang dikerjakan oleh Wahyu Fatikhatul Umniyah tahun 2022.²⁰ Penelitian ini menggunakan kualitatif studi lapangan. Penelitian menunjukkan bahwa humas bertanggung jawab atas berbagai tugas

¹⁸ Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu."

¹⁹ Nurul Nurul, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2018): 36-48, <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i1.247>.

²⁰ Wahyu Fatikhatul Umniyah, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap" (2022).

manajemen, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Hal ini terkait dengan teori George R. Terry tentang meningkatkan citra merek humas melalui strategi pembentukan citra merek, yaitu dengan melihat posisi, menjadikan perbedaan sebagai program unggulan, dan memberikan layanan prima. Ini relevan dengan pendekatan Herman Kertajaya untuk posisi, perbedaan, dan proses layanan..

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Yudik Al Farisi dkk tahun 2023.²¹ Penelitian ini berjudul strategi manajemen humas dalam meningkatkan *branding image* di MA Nurul Jadid. Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa humas madrasah melakukan aktivitas di internet atau secara online untuk meningkatkan citra lembaganya di mata publik, baik visual maupun audio visual. Dengan memanfaatkan platform modern untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Sebaliknya, MA Nurul Jadid terus menggunakan metode kehumasan offline dan cetak.

Penelitian ini merupakan evolusi dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam hal objek penelitian, waktu dan pendekatan yang digunakan, serta acuan regulasi yang digunakan.

Tabel 1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama, Judul, Bentuk, Penerbit, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
01.	Jundatul Afidah, Manajemen Humas dalam Meningkatkan	Tema pembahasan tentang manajemen	Spesifik program yang dibahas, focus penelitian, lokasi penelitian,	Penelitian ini tentang pengelolaan manajemen

²¹ Yudik Al Farisi and Muhammad Bakron Andre Setiawan, "Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid," *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 12 (2023): 10653–63, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3407>.

	Brand Image Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya), Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023	humas. Jenis pendekatan kualitatif studi kasus. Jenjang Pendidikan lokasi penelitian	waktu peneltian,	hubungan masyarakat agar mencapai tujuannya yaitu <i>school branding</i> melalui salah satu program madrasah yang di inovasikan oleh kementerian agama kabupaten
02.	Asiyah Khoirun Nisak. Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Dan Minat Masyarakat di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khoir Desa Menyono Kecamatan Kuripan Kabupaten Probolinggo, Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023	Pendekatan kualitatif studi kasus. Pembahasan manajemen humas dan brand	Spesifik program yang dibahas, focus penelitian, lokasi penelitian, waktu peneltian	Banyuwangi yaitu program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) yaitu bahasa Arab dan bahasa Inggris. Menciptakan madrasah yang memiliki <i>brand</i> tidak hanya <i>religious</i> , melainkan memiliki <i>branding</i> madrasah <i>linguistic</i> .
03.	Tutut Sholihah, Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan <i>School Branding</i> Pada Sekolah Islam Terpadu, Artikel, J-MPI, 2018	Pendekatan kualitatif, jenis penelitian studi kasus. Tema penelitian manajemen humas dan <i>school branding</i> .	Spesifik program yang dibahas, focus penelitian, lokasi penelitian, waktu peneltian.	Penelitian ini dilakukan di salah satu Madrasah Tsanawiyah Negeri yang menerapkan Program Gerbang dan aktif melakukan
04.	Nurul, Strategi Manajemen Humas Dalam	Pendekatan kualitatif studi kasus.	Focus penelitian, lokasi penelitian, waktu peneltian.	publikasi yaitu Madrasah Tsanawiyah

	Menyampaikan Program Unggulan Madrasah, artikel, Al-Tanzim	Tema manajemen humas dan program madrasah		Negeri 1 Banyuwangi. Penelitian dilakukan pada tahun 2025. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus.
05.	Wahyu Fatikhatul Umniyah, Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap, Tesis, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.	Pendekatan kualitatif. Tema manajemen hubungan masyarakat, pembahasan brand dan melalui program madrasah.	Jenis penelitian lapangan (field research). focus penelitian, lokasi penelitian, waktu peneltian.	
06.	Yudik Al Farisi dkk, Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan <i>Branding Image</i> di Madrasah Aliyah Nurul Jadid. Artikel, JIIP, 2023	Pendekatan kualitatif. Pembahasan manajemen humas dan <i>branding</i>	Jenis penelitian deskriptif. focus penelitian, lokasi penelitian, waktu peneltian.	

G. Definisi Istilah

Untuk mencegah interpretasi yang berbeda dari judul penelitian, penelitian ini menjelaskan beberapa istilah yang digunakan, yaitu:

1. Manajemen Hubungan Masyarakat

Seni dan ilmu mengatur narasi dan persepsi melalui komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan positif dan saling menguntungkan madrasah dan masyarakat. Dan menjadi penghubung antara madrasah dan harapan masyarakat.

2. Peningkatan *School Branding*

Proses strategis bertujuan memperkuat dan mempromosikan identitas unik atau *brand* di mata publik melalui berbagai inisiatif komunikasi yang kreatif. Dengan melakukan pengelolaan narasi, pemanfaatan teknologi digital, interaksi dengan komunitas, bertujuan untuk membangun reputasi yang unggul, menarik minat calon siswa dan orang tua serta mengukuhkan posisi madrasah sebagai madrasah yang berkualitas.

3. Implementasi Program Gerbang

Program Gerbang merupakan singkatan dari gemar berbahasa asing. Program yang menjadi proses strategis untuk mendorong minat, keterampilan, dan partisipasi aktif siswa dalam mempelajari dan menggunakan bahasa asing dalam kehidupan sehari-hari. Program ini menggabungkan kegiatan interaktif, kolaborasi dengan penutur asli, untuk menciptakan lingkungan yang memotivasi dan kondusif dan mempersiapkan siswa untuk bersaing dalam lingkungan global.

H. Sistematika Pembahasan

Laporan hasil penelitian dapat disusun secara sistematis dalam bentuk tesis. berikut adalah urutan pembahasan yang diberikan pada setiap babnya diantaranya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan:

Pada bagian ini membahas tentang latar belakang atau penjelasan umum yang berkaitan dengan topik diskusi tentang manajemen humas dalam melakukan pengembangan melalui program gerbang. Bagian ini mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan, manfaat, orisinalitas, definisi istilah dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II Kajian Teori:

Sesuai dengan fokus penelitian, bagian ini membahas penelitian teori yang digunakan. Teori-teori ini dapat digunakan sebagai landasan penelitian atau sebagai pengarah dan penguat penelitian. Teori-teori ini berasal dari berbagai sumber, termasuk tetapi tidak terbatas pada buku-buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan tentang manajemen humas, pengembangan *school branding* dan implementasi program gerbang.

Bab III Metode Penelitian:

Bagian ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, kehadiran dan lokasi penelitian serta teknik pengumpulan dan analisis data yang digunakan. Ini juga membahas prosedur penelitian yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data tersebut tentang manajemen humas dalam upaya pengembangan *school branding* melalui program gerbang.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Temuan

Bagian ini memaparkan paparan data yang ditemukan peneliti di lapangan, hasil penelitian dan temuan penelitian yang berdasarkan pada fokus penelitian.

Bab V: Pembahasan

Bagian ini memaparkan pembahasan dari fokus penelitian yang terdiri dari penjabaran dari temuan penelitian di lapangan.

Bab VI: Penutup

Bagian ini memaparkan bagian penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekaligus saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Hubungan Masyarakat

Istilah manajemen bukanlah hal yang baru dan tentunya sudah banyak para ahli yang memiliki keberagaman definisi dan fungsi manajemen. Salah satu ahli manajemen Walter A. Shewart dalam Nguyen menjelaskan bahwasanya manajemen terdiri dari rangkaian plan-do-check-act, kemudian dikembangkan oleh William Edwards Deming.²² PDCA berguna untuk perbaikan secara terus menerus tanpa henti berorientasi ke masa depan, dan memuat seluruh unsur rencana yang disusun.²³ Sejatinya dengan adanya keberagaman definisi dan proses manajemen, tujuan utamanya adalah pencapaian visi dan tujuan. Dan juga mampu mengatasi permasalahan yang sudah jelas akan terjadi dan permasalahan yang akan terjadi dengan cara menganalisis.

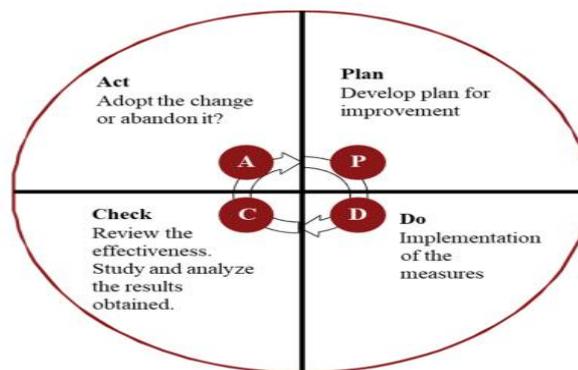
Dengan dilakukannya manajemen bertujuan agar meminimalisir terjadinya kegagalan dalam pengelolaan madrasah dan keberadaan manajemen sangatlah penting karena manajemen menjadi kunci dalam pencapaian tujuan. Madrasah dapat berhasil jikalau pengelola madrasah tersebut menguasai ilmu manajemen. Manajemen sangat menjiwai

²² Vi Nguyen et al., "Applied Sciences Practical Application of Plan – Do – Check – Act Cycle for Quality Improvement of Sustainable Packaging ;," *Appl. Sci.* 10, no. 6332 (2020): 1–15, doi:10.3390/app10186332.

²³ P. D. Schneider, "FOCUS-PDCA Ensures Continuous Quality Improvement in the Outpatient Setting," *Oncology Nursing Forum* 24, no. 6 (1997): 966, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9243581%0A/>.

bagaimana madrasah tersebut berjalan. Sehingga dibutuhkan seorang yang mumpuni dan menguasai ilmu manajemen.

Manajemen siklus PDCA merupakan alat manajemen yang efektif. Siklus ini membagi manajemen menjadi beberapa langkah dengan diawali menetapkan tujuan dan rencana, mengimplementasikan rencana, memeriksa hasil, menemukan masalah, dan mengajukan rencana baru.²⁴ Maksud siklus ini bagaimana cara mengatasi permasalahan sedini mungkin agar tidak menjadi hambatan yang besar dengan cara melakukan pengecekan ditahap pertengahan dan memunculkan rencana yang baru.



Gambar 2 PDCA

Langkah pertama adalah perencanaan. *Planning* berarti memahami tujuan, berfokus pada akar masalah, menciptakan solusi kreatif dan merencanakan implementasi yang terstruktur.²⁵ Langkah ini meliputi pendefinisian masalah dan pengumpulan semua data yang relevan.

²⁴ Hong Chen, Ping Wang, and Qi Ji, "Analysis of the Application Effect of PDCA Cycle Management Combined With Risk Factor Management Nursing for Reducing Infection Rate in Operating Room," *Frontiers in Surgery* 9 (2022): 1–7, <https://doi.org/10.3389/fsurg.2022.837014>.

²⁵ Tatang Ibrahim and Ahmad Rusdiana, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, ed. Tim Editorial IPS, I (Bandung: Yrama Widya, 2021), [https://digilib.uinsgd.ac.id/41596/1/0000-Buku Manaj Mutu Terpadu terbit April 2021-Fik.pdf](https://digilib.uinsgd.ac.id/41596/1/0000-Buku%20Manaj%20Mutu%20Terpadu%20terbit%20April%202021-Fik.pdf).

Kemudian, dilakukan perubahan sistem dan penetapan target yang terkait dengan perbaikan diusulkan dan direncanakan.

Tahap kedua adalah menerapkan semua yang telah direncanakan di tahap rencana, termasuk menjalankan proses dan mengumpulkan data yang akan digunakan untuk tahap pengujian.²⁶ Pada tahap ini, rencana tindakan harus dilaksanakan.²⁷ Menerapkan solusi dan perubahan yang direncanakan dalam skala rendah untuk menjaga minimalisasi ancaman terhadap tindakan saat ini.²⁸ Pada tahap ini tidak hanya sebatas menjalankan rencana yang telah ditetapkan melainkan juga harus peka terhadap hambatan yang dihadapi dan mencatatnya untuk dilakukan pengevaluasian sebelum menyusun rencana pengganti.

Tahap selanjutnya adalah *check* atau evaluasi adalah upaya untuk memeriksa apakah pelaksanaan proses sesuai dengan standar yang ditetapkan atau apakah ada kekurangan yang perlu diperbaiki.²⁹ Pada tahap ini mengukur seberapa efektif percobaan yang telah dilakukan pada tahap siklus PDCA sebelumnya.³⁰ Check adalah kegiatan untuk mengevaluasi atau memverifikasi dan memeriksa hasil yang didapatkan dengan

²⁶ Riyuzen Praza Tuala, *Manajemen Peningkatan Mutu*, ed. Abdul Mujib, *SME Technical Paper (Series) MM* (Lintang Rasi Aksara Books, 2018), [https://repository.radenintan.ac.id/12195/1/Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah.pdf](https://repository.radenintan.ac.id/12195/1/Manajemen%20Peningkatan%20Mutu%20Sekolah.pdf).

²⁷ Arturo Realyvásquez-Vargas et al., "Applying the Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle to Reduce the Defects in the Manufacturing Industry. A Case Study," *Applied Sciences (Switzerland)* 8, no. 11 (2018), <https://doi.org/10.3390/app8112181>.

²⁸ Krzysztof Knop and Krzysztof Mielczarek, "The Improvement on the Basis of Pdca and Sdca Cycles," *Quality Production Improvement* 03, no. 2 (2015): 60–71, <https://doi.org/10.30657/qpi.2015.03.06>.

²⁹ Feiby Ismail Mardan Umar, "Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam (Tinjauan Konsep Mutu Edward Deming Dan Joseph Juran)," *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 11, no. 2 (2017), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30984/jii.v11i2.581>.

³⁰ Hidayat, *Manajemen Mutu Pendidikan*, ed. Sulis Rokhmawanto, 1st ed. (Cirebon – Jawa Barat: PT Arr Rad Pratama, 2023), <https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/778/1/082Hidayat.pdf>.

membandingkan standar yang telah ditetapkan agar pelaksanaannya sesuai jalur rencana yang telah ditetapkan.³¹ Pada tahap ini dilakukan analisis hambatan pencapaian tujuan, dan dilakukan perumusan rencana baru dengan menganalisis permasalahan dan disusun rencana yang sesuai.

Kegiatan humas bertujuan menentukan sikap publik, menyesuaikan kebijaksanaan dan praktik, dan menerapkan program untuk mendapatkan dukungan masyarakat.³² Dan untuk mengetahui kebutuhan public dan memenuhinya. Humas harus mampu menciptakan lingkungan kondusif dan mendukung antara madrasah dan masyarakat. Humas harus mampu menjembatani keduanya agar saling memahami dan mendukung satu lain.

Manajemen humas adalah tindakan bertujuan mendorong masyarakat untuk mengambil tanggung jawab sosial melalui komunikasi untuk kepentingan keduanya.³³ Memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif dalam kegiatan madrasah adalah tujuan manajemen humas, menurut Wahjosumidjo.³⁴ Sedangkan menurut Mc Elreath dalam buku Rosady Ruslan manajemen humas berarti perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian.³⁵

Berbeda dengan pendapat Rahmad yang mengungkapkan bahwasanya manajemen humas dapat dilakukan dengan melakukan

³¹ Arga Adyatama and Naniek Utami Handayani, "Perbaikan Kualitas Menggunakan Prinsip Kaizen Dan 5 Why Analysis: Studi Kasus Pada Painting Shop Karawang Plant 1, Pt Toyota Motor Manufacturing Indonesia," *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri* 13, no. 3 (2018): 169, <https://doi.org/10.14710/jati.13.3.169-176>.

³² Furtasan Ali Yusuf, *Manajemen Pendidikan* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021).

³³ Subairi, "Kerangka Kerja Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menciptakan Madrasah Unggul," *Journal Of Islamic Education Management* 2 (2019): 105.

³⁴ Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya* (Jakarta: Rajawali Pres, 2007).

³⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pres, 2008).

perencanaan, pengorganisasian, monitoring dan evaluasi, pengendalian, *employee relations*.³⁶ Dari banyaknya pendapat mengenai proses manajemen humas, tidak ada satupun pendapat yang salah mengenai langkah-langkah dalam menjalankan manajemen humas. Perbedaan langkah-langkah tersebut justru berdampak positif karena dengan adanya perbedaan tersebut saling melengkapi. Ketika didalam implementasi terdapat permasalahan yang tidak dapat diatasi dengan alur manajemen humas yang awal, maka pengelola humas madrasah harus segera melakukan penyelesaian dengan cara alur humas yang lainnya.

Di era ini, fungsi humas sudah menjadi bagian penting dari tata kelola madrasah. Namun, fakta menunjukkan adanya disfungsi menentukan tugas dan tanggung jawab humas.³⁷ Dengan munculnya madrasah baru, tentunya akan menjadi tantangan baru. Humas madrasah harus mampu mengelola hubungan masyarakat dan teknis.³⁸ Meningkatkan kualitas, yang sudah menjadi komitmen masyarakat terhadap madrasah, adalah tanggung jawab manajemen kehumasan masyarakat.

Keberadaan dan keaktifan manajemen humas di madrasah sangatlah dibutuhkan. Humas menjadi salah satu kunci masyarakat luas mempercayai madrasah tersebut. Pengelola pendidikan khususnya humas, harus menguasai bagaimana menjalankan manajemen humas. Penilaian,

³⁶ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016).

³⁷ Muhammad Iqbal, "Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi," *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 2 (2023): 71–78, <https://doi.org/10.35912/jahidik.v2i2.1565>.

³⁸ Alfioni, Suci, and Febry Yuliani, "Implementasi Program Pada Satuan Pendidikan Non Formal Kota Padang Panjang (Implementation Programs In Non Formal Education Units Studio and Learning Activities Padang Panjang)," *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan (Jahidik)* 1, no. 2 (2022): 85–95.

brand, citra dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah menjadi tugas humas. Bagaimana humas mampu menarik masyarakat untuk mempercayai madrasah tersebut.

Sesuai dengan dalil hadist yang berkaitan dengan prinsip manajemen humas yaitu

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ (رواه الترمذي)

Terjemahnya:

Barangsiapa beriman kepada Allah dan Hari Akhir lalu harus berbicara baik atau diam." (HR. Tirmidzi)

Hadist diatas sangat relevan dalam dunia kehumasan. Didalam menjalankan manajemen haruslah sangat menghindari pemberian informasi yang salah atau hoax. Lebih baik diam tidak menyebarkan informasi kepada khalayak public daripada akan merugikan pihak manapun. Hal tersebut termasuk dalam proses pengendalian. Dan juga hal tersebut akan berpengaruh kepada kepercayaan masyarakat, ketika madrasah menyebarkan berita yang tidak sesuai dengan realita. Maka masyarakat akan sulit untuk mempercayai madrasah tersebut.

Tidak hanya dalil hadist saja, didalam Al-qur'an juga dijelaskan mengenai prinsip didalam menjalankan manajemen humas yang baik. Q.S. Ali Imron ayat 159³⁹

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ؕ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

³⁹ Q.S Ali Imran ayat 59, n.d., <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=159&to=159>.

فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahnya:

Dengan berkat rahmat Allah berlaku lemah. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, maka menghindar darimu. Oleh karena itu, maafkan mereka, mohonkan ampunan, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala hal yang penting. Kemudian, jika membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Allah mencintai orang yang bertawakal.

Didalam surat diatas dijelaskan bahwasanya didalam melakukan pelayanan prima kepada masyarakat karena humas lah yang berhubungan langsung masyarakat. Tidak dianjurkan bersikap kasar dan memberikan informasi yang tidak lengkap. Dan juga diharuskan selalu mengutamakan bermusyawarah dalam menentukan keputusan kebijakan. Tidak kalah penting juga harus memiliki tekad komitmen yang kuat antar anggota humas.

Ada beberapa model-model didalam kehumasan, antara lain:⁴⁰

a. *Press agency*

Model komunikasi ini bersifat satu arah, seperti propaganda.

Tujuannya adalah agar mereka yang menerima informasi dapat

⁴⁰ James E. Grunig et al., "Models of Public Relations in an International Setting," *Journal of Public Relations Research* 7, no. 3 (1995): 163–86, https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0703_01.

mengubah pendapat mereka sesuai dengan keinginan organisasi. Dalam model ini, kebenaran informasi tidak penting.

b. Public information

Selain itu, model ini bersifat satu arah dan tidak melibatkan partisipasi publik. Tetapi kebenaran model ini penting. Dalam model ini, praktik kehumasan hanya mencakup penyebaran informasi, bukan propaganda murni.

c. Two-way asymmetrical

Opini publik mulai diterima tentang model ini. Meskipun mereka tetap diposisikan sebagai penerima atau penerima, dan organisasi berperan sebagai aktor utama dalam sirkulasi informasi, masyarakat telah setidaknya mulai diizinkan untuk berpartisipasi.

d. Two-way symmetrical

Model kehumasan terbaik. Karena model ini menganggap suara publik sama dengan kekuatan organisasi. Dalam model ini, humas bertanggung jawab untuk menjamin bahwa dampak komunikasi organisasi dan publiknya berimbang. Dalam hal ini, publik tidak hanya diberikan umpan balik yang reaktif; mereka diberi ruang untuk memulai komunikasi.

2. Peningkatan *School Branding*

Branding adalah nama, simbol, atau rancangan untuk mengidentifikasi kelompok dan membedakannya dari pesaing.⁴¹

Pengertian *branding* telah berkembang, dari sekadar nama, logo, sekarang

⁴¹ Philip Kotler, *Marketing Management* ((Pearson Education India, 2009).

berarti citra, kepercayaan, karakter, persepsi, kesan, di hati konsumen.⁴² Menurut Kotler, *brand* adalah simbol kualitas dan kinerja, yang meningkatkan risiko dan kompleksitas dalam proses pengambilan keputusan. Merek bertujuan untuk membantu orang mengidentifikasi barang dan jasa mereka serta membedakannya dari pesaing.⁴³ Sedangkan menurut Gunawan dalam Triwiyanto, ada beberapa teknik dalam *school branding* seperti pameran sekolah, rapat dengan orang tua dan tokoh masyarakat, surat kabar positif, situs web sekolah, gelar prestasi sekolah, testimoni elit tentang prestasi, bakti social.⁴⁴ *Branding* adalah proses strategis untuk menciptakan identitas unik yang melekat pada suatu produk, kelompok, atau institusi, agar mudah dikenali dan dibedakan dari pesaingnya. Dalam dunia pendidikan, *branding* dilakukan melalui promosi prestasi, keterlibatan sosial, dan komunikasi yang membangun reputasi positif.

Membentuk persepsi publik, kepercayaan publik, dan afeksi terhadap merek adalah tujuan *school branding*.⁴⁵ Dengan memiliki *branding*, masyarakat akan lebih mudah mengingat dan mudah untuk mencarinya. Ketika masyarakat menginginkan menyukupi kebutuhan, disitulah *branding* berfungsi. Masyarakat langsung tertuju pada produk yang memiliki brand berkualitas dan mampu mempertahankannya.

⁴² Robin Landa, *Designing Brand Experiences* (New York: Thomson Delmar Learning Clifton Park, 2006), http://lrc.mcast.edu.mt/digitalversion/table_of_contents_130508.pdf.

⁴³ Philip Kotler and Pfoertsch, *B2B Brand Management with the Cooperation of Ines Michi* (New York: Springer Berlin, 2006).

⁴⁴ Teguh Triwiyanto, *Manajemen Kurikulum Dan Pembelajaran*, ed. Yanita Nur Indah Sari (Jakarta: Bumi Aksara, 2015).

⁴⁵ Mustika, "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK Dr. Soetomo Surabaya.," *Manejerial Bisnis* 4, no. 1 (2020): 11–19.

Sedangkan manfaat dari *branding* sebagai alat publisitas, serta peningkatan daya tarik publik, pembentukan citra, kepercayaan, jaminan mutu, meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan minat dan kesadaran publik.⁴⁶ Dan juga dengan adanya *branding*, pengelola produk semakin semangat untuk melakukan progress terhadap produknya. Selalu melakukan inovasi dan perubahan kearah yang positif. Dan dengan begitu maka akan semakin banyak produk-produk yang berkualitas tinggi.

Aktivitas *branding* mungkin banyak yang mengira bahwasanya hal yang mudah. Tetapi juga tetap harus dilakukannya strategi dalam menjalankannya.⁴⁷ Adapun *branding* dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pendidikan: prestasi siswa, guru, madrasah, dan alumni, jargon dan slogan, program unggulan, promosi, meningkatkan pelayanan prima, mengembangkan hubungan kerja masyarakat, sesama madrasah, dan lainnya, meningkatkan frekuensi postingan di media.

Dalam mempromosikan *branding*, ada beberapa hal yang harus dihindari misalnya, tidak boleh dipromosikan merek yang tidak sesuai dengan realita, nama merek yang umum, terutama yang meniru konsep sekolah lain, atau *mempromosikan* satuan pendidikan secara luas tanpa mempertimbangkan peningkatan kualitas sekolah.⁴⁸ Dengan mengemban

⁴⁶ Muhammad Burhan Jamaluddin, “Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap.’ IAIN Purwokerto.” *Tesis* (IAIN Purwokerto, 2020).

⁴⁷ Erna Budiarti et al., “Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia,” *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (2023): 3568–76, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>.

⁴⁸ Budiarti et al.

brand yang telah melekat merupakan suatu tanggung jawab kepada khalayak public dan harus mampu mempertanggung jawabkan. Konsistensi kepercayaan masyarakat sangatlah perlu diperhatikan dan harus mampu mempertahakannya.

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai *school branding* yang dapat dilakukan oleh madrasah seperti memiliki *brand* religius, *brand* disiplin, *brand* mandiri, *brand* entrepreneur.⁴⁹ Macam-macam *school branding* ini tidaklah hanya terbatas itu saja. Dengan semakin berkembangnya zaman tentu akan melahirkan inovasi-inovasi *branding school* yang lainnya.

3. Implementasi Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)

Gerbang adalah singkatan dari gemar berbahasa asing. Program gerbang ini merupakan inovasi yang dicetuskan oleh seksi pendidikan madrasah Kabupaten Banyuwangi. Gerbang ini dikhususkan untuk jenjang pendidikan madrasah tsanawiyah seluruh kabupaten Banyuwangi. Gerbang bukanlah mata pelajaran wajib untuk siswa namun program tambahan diluar mata pelajaran dan sistem pengelolaannya diserahkan kepada masing-masing madrasah.

Program gerbang, kata Dr. H. Chaironi Hidayat, S.Ag., MM, adalah upaya untuk mendorong siswa untuk lebih sering berbicara bahasa asing. Bahasa Inggris digunakan untuk penelitian dan teknologi, dan

⁴⁹ Makmur Syukri, "Studi Kasus Sekolah-Sekolah Bertaraf (Branding): Terpadu , Program Khusus," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 6361–71.

bahasa Arab untuk memahami agama Islam.⁵⁰ Program gerbang ini merupakan perpaduan dua bahasa asing yang di imlementasikan setiap harinya sesuai dengan jadwalnya, diantaranya yaitu:

a. Bahasa Arab

Dalam regulasi KMA No 347 Tahun 2022 pada BAB II Poin D standar kompetensi lulusan MTs pada poin ke 9 dijelaskan bahwa harus mampu berkomunikasi dalam bahasa Arab untuk mempelajari agama dari sumber asli.⁵¹ Tidak hanya itu pada BAB III pada poin D standar isi Bahasa Arab Madrasah Tsanawiyah dijelaskan bahwa:

- 1) Untuk mempersiapkan siswa untuk menggunakan bahasa Arab untuk mendalami agama dan berkomunikasi secara sehari-hari.
- 2) Unsur kebahasaan termasuk wacana lisan dan tulisan sederhana tentang identitas diri, keluarga, kehidupan di madrasah, interaksi sosial di lingkungan sekitar, dan kegiatan keagamaan sehari-hari.
- 3) Fungsi sosial tindak tutur kompleks dalam kehidupan sehari-hari adalah bagaimana bahasa digunakan dalam situasi dan kondisi tertentu dalam keluarga, lingkungan sekitar, dan nasional.

b. Bahasa Inggris

Bahasa Inggris sebagai bahasa asing memiliki empat keterampilan utama: berbicara, mendengarkan, membaca, dan

⁵⁰ Chaironi Hidayat, "Tujuh Program Unggulan Pendidikan Madrasah Di Banyuwangi Untuk Mendukung Indonesia Emas 2045," Enews Indo, n.d.

⁵¹ Kementerian Agama, Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No 347 Tahun 2022 Tentang Pedoman Implementasi Kurikulum Merdeka Pada Madrasah, issued 2022, <https://www.mgmpmadrasah.com/2022/04/download-kma-keputusan-menteri-agama.html>.

menulis.⁵² KMA No. 450 Tahun 2024, bahasa Inggris termasuk dalam mata pelajaran wajib dengan alokasi waktu 108 jam pelajaran per tahun.⁵³ Bahasa resmi 53 negara dan digunakan oleh sekitar 400 juta orang di seluruh dunia.⁵⁴ Bahasa Inggris ialah bahasa yang berguna dan bahkan perlu untuk dipelajari.

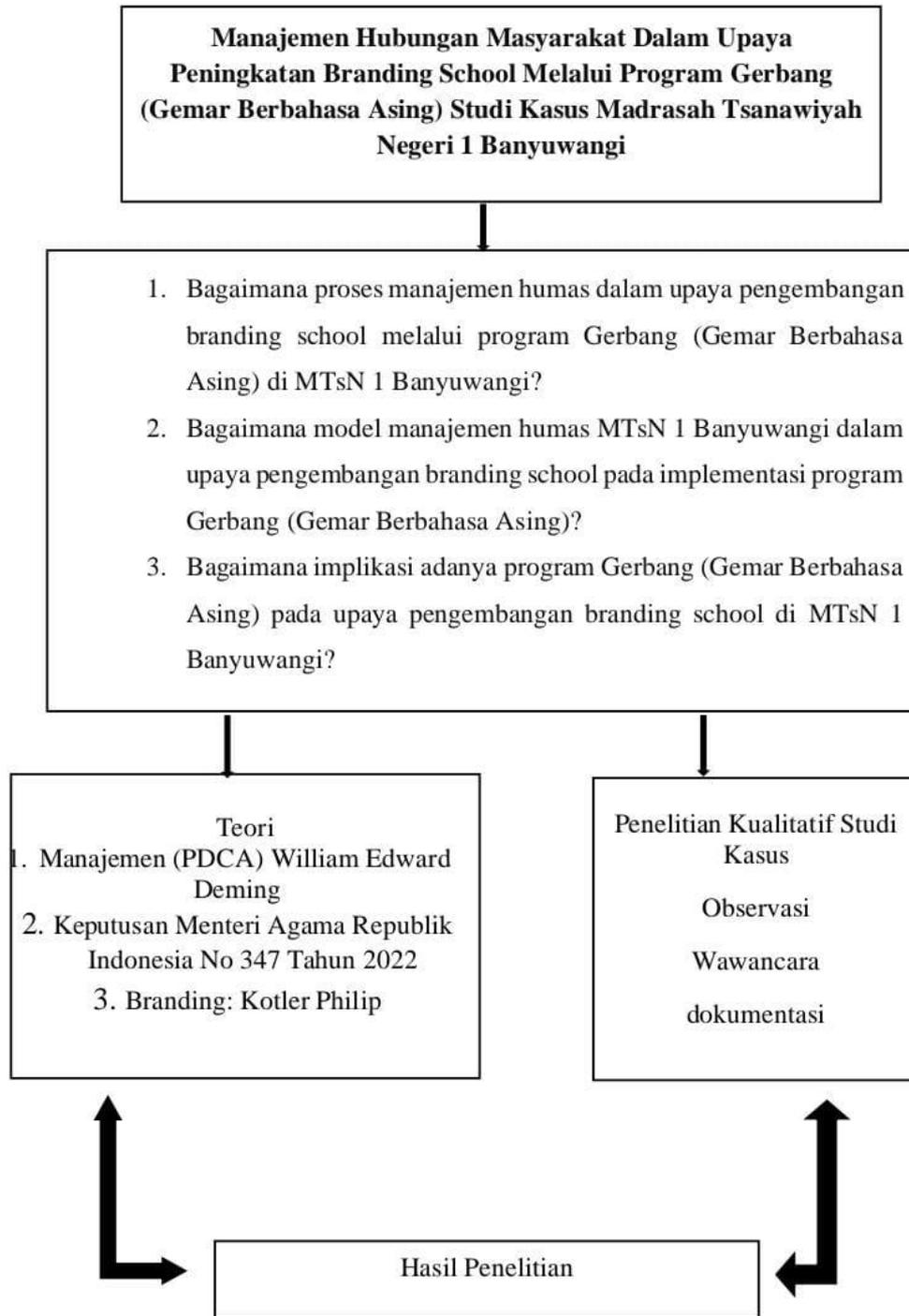
B. Kerangka Berfikir

Setiap penelitian memerlukan kerangka berfikir untuk membantu menentukan jalan penelitian dan membantu menyusun penelitian, maka peneliti membuat kerangka berpikir “**Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi.**” sebagai berikut:

⁵² Mega and Sugiarto, “Speaking Skill in Correlation with English Speaking Learning Habit and Self Confidence of Vocational High School Students.”

⁵³ Kementerian Agama, “Keputusan Menteri Agama No. 450 Tahun 2024 - Pedoman Implementasi Kurikulum Pada Raudlatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, MadrasahTsanawiyah, Madrasah Aliyah, Dan Madrasah Aliyah Kejuruan,” 2024, <https://drive.google.com/file/d/1IJ6nUcxxXEG4Mm7AWORleapp5wSyDrjf/view>.

⁵⁴ Niyozova Aziza Ilyosovna, “Importance of the English Language in Today’s World,” *International Journal of English Learning & Teaching Skills* 6, no. 2 (2024): 22–24, <https://doi.org/10.15864/ijelts.6205>.



Gambar 4 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan bertujuan mengetahui manajemen humas pada program Gerbang yang menjadi salah satu program unggulan MTsN 1 Banyuwangi. Fokus penelitian adalah proses kejadian, jadi pendekatan kualitatif digunakan. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang terkait dengan tindakan subjek penelitian dalam konteks khusus yang murni dengan menggunakan pendekatan alamiah.⁵⁵ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin menelaah kualitas data secara mendalam dan terperinci, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang realistis bagi semua pihak. Selain itu, metode ini dipilih untuk memperoleh informasi yang kaya dan beragam, yang tetap sesuai dengan tema yang diteliti. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menerapkan studi kasus sebagai metode utama.

Menurut Kusmarni, studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang menuntut peneliti mengeksplorasi suatu kasus secara mendalam dalam periode tertentu serta mengumpulkan data secara rinci sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.⁵⁶ Peneliti memilih studi kasus sebagai metode penelitian karena bertujuan untuk menyajikan laporan yang valid dan mendalam mengenai manajemen humas di MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya meningkatkan *branding* melalui program Gerbang. Oleh karena itu, diperlukan

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2005).

⁵⁶ Yani Kusmarni, "Qualitative Inquiry Research Design, 'Studi Kasus (John W. Creswell)," 1989, 1–12.

observasi langsung di lapangan guna melakukan analisis mendalam, sekaligus berfungsi sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan pengolahan data penelitian.

B. Subyek Penelitian

Subjek disebut orang yang memberikan informasi yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari sebelum membuat kesimpulan.⁵⁷ Peneliti melakukan wawancara dengan subyek penelitian yang telah dipilih diantaranya:

1. Peneliti mewawancarai Kepala madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I.
2. Wawancara dengan ketua koordinator program Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I
3. Wawancara dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si.
4. Ditambah wawancara dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd.
5. Peneliti mewawancarai guru untuk mendapatkan informasi tambahan.
6. Untuk mendukung penelitian, peneliti juga mewawancarai duta gerbang.

C. Lokasi Penelitian

Studi ini dilakukan di MTsN 1 Banyuwangi, yang merupakan salah satu jenjang Madrasah Tsanawiyah dengan pencapaian prestasi tahunan yang konsisten dan terkenal sebagai madrasah yang konsisten dalam penerapan program pendma Kabupaten Banyuwangi, yaitu program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing). MTsN 1 Banyuwangi beralamat di Jl. Mawar No.35, Lingkungan Mojoroto R, Mojopanggung, Kec. Giri, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68422.

⁵⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020).

D. Data dan Sumber Data Penelitian

Dalam dunia penelitian dan analisis, data memainkan peran penting sebagai fondasi dari berbagai kajian dan keputusan. Sumber data terbagi menjadi dua jenis utama. Kedua jenis data ini memiliki kelebihan masing-masing dan sering digunakan secara bersamaan untuk memperkaya analisis dan meningkatkan validitas suatu penelitian.⁵⁸

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui berbagai metode seperti pengukuran, perhitungan mandiri, angket, observasi, serta wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode untuk mengumpulkan data di lapangan:

1. Metode observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Proses ini dilengkapi dengan pencatatan mengenai kondisi atau perilaku objek, kejadian sosial, dalam penelitian.⁵⁹ Peneliti mengamati manajemen humas melalui program Gerbang dalam meningkatkan *branding* di MTsN 1 Banyuwangi.

⁵⁸ Nur Hikmatul Auliya Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Husnu Abadi, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 1, vol. 5 (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020).

⁵⁹ Mardalis, *Metode Suatu Penelitian: Suatu Pendekatan Proposan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019).

2. Metode wawancara

Menurut Moleong, wawancara adalah bentuk interaksi komunikasi yang melibatkan dua pihak, yaitu peneliti yang mengajukan pertanyaan serta narasumber yang memberikan jawaban.⁶⁰ Peneliti untuk mengumpulkan informasi manajemen humas yang dikelola oleh madrasah dalam meningkatkan *branding* melalui program gerbang dengan wawancara tidak terstruktur. Adapun narasumber wawancaranya adalah kepala madrasah, ketua koordinator program Gerbang, Waka penjaminan mutu, Waka Humas, guru, dan juga siswa duta program Gerbang.

3. Metode dokumentasi

Metode ini lebih sederhana dibandingkan dengan metode lainnya, karena kesalahan dalam penelitian tidak memengaruhi keberadaan atau perubahan sumber data. Dalam pendekatan dokumentasi, objek yang diamati bukanlah makhluk hidup, melainkan benda mati seperti dokumen atau arsip yang tetap terjaga keberadaannya.⁶¹

F. Teknik Analisis Data

Menurut Miles, Huberman, dan Saldana, proses analisis data kualitatif terdiri dari empat tahapan utama.⁶²

1. Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Penelitian ini menitikberatkan pada manajemen humas dalam

⁶⁰ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

⁶¹ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010).

⁶² J. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)* (SAGE Publications, 2014).

program Gerbang sebagai upaya meningkatkan *branding* di MTsN 1 Banyuwangi.

2. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan proses penyederhanaan dan pemusatan informasi yang diperoleh dari lapangan dengan cara memilah serta merangkum data agar lebih ringkas. Dalam penelitian ini, peneliti merangkum, menyederhanakan, dan memfokuskan data secara tepat untuk menganalisis manajemen humas di MTsN 1 Banyuwangi dalam upaya meningkatkan *branding* melalui program Gerbang.

3. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti bagan, ringkasan, serta hubungan antar kategori. Teks naratif menjadi salah satu jenis data yang umum digunakan dalam pendekatan ini. Dengan memanfaatkan display data, peneliti dapat memahami hasil penelitian secara menyeluruh maupun dalam bagian-bagian tertentu sesuai kebutuhan analisis.

4. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirancang sejak awal. Kesimpulan ini disusun berdasarkan data yang telah dianalisis dan mencakup temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti akan menyajikan hasil penelitian secara akurat, sesuai dengan temuan yang diperoleh dari berbagai metode pengumpulan data yang telah digunakan.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti akan melakukan uji keabsahan menggunakan beberapa teknik. Selain itu, validitas data akan diuji dengan mengevaluasi kredibilitasnya melalui berbagai metode pengumpulan sumber data dan informasi..⁶³

1. Triangulasi sumber merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi data yang sama dengan pendekatan dan sumber yang berbeda. Teknik ini bertujuan untuk memverifikasi temuan yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber informasi.
2. Triangulasi teknik memverifikasi data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan memanfaatkan beragam metode. Sebagai contoh, informasi dari wawancara dapat dibandingkan dan divalidasi melalui observasi.
3. Triangulasi teori adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas dengan membandingkan dan mengkaji data menggunakan berbagai perspektif teori. Tujuannya untuk melihat fenomena dari sudut pandang yang berbeda, sehingga hasil analisis menjadi lebih kaya, mendalam, dan tidak bias terhadap satu pendekatan.
4. Member check sebagai bagian dari uji kredibilitas, dan menyarankan agar dilakukan secara berulang untuk meningkatkan kepercayaan terhadap data. Bertujuan memastikan bahwa peneliti tidak salah dalam memahami atau menafsirkan informasi, memberikan kesempatan kepada partisipan untuk mengoreksi, menambahkan, atau mengklarifikasi data, meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian karena data telah divalidasi langsung oleh sumbernya.

⁶³ Yudin Citriadin, *Metode Penelitian Kualitatif (Suatu Pendekatan Dasar)*, Sanabil Creative, 2020, http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi

1. Sejarah Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi

MTs Negeri didirikan oleh Dipenda Kabupaten Banyuwangi pada 12 Februari 1968, berdasarkan SK Nomor 33 Tahun 1968. Pada awalnya, madrasah ini menempati MI Tarsib selama empat tahun. Pada awal tahun 1977, MTs Negeri kembali berpindah ke Jl. Kusuma Bangsa. Tahun 2001, MTsN Banyuwangi memiliki tanah dan bangunan sendiri di Jl. Mawar No. 35 Banyuwangi. Nama MTs. Negeri beberapa kali berubah, pertama kali menjadi MTs. Negeri Banyuwangi 1, dan sekarang menjadi MTs. Negeri 1 Banyuwangi.⁶⁴

Pada tahun 2013 MTsN 1 Banyuwangi mendapat penghargaan Adiwiyata Kabupaten. Senin, 23 Juli 2013 di Aula DKP Banyuwangi, Tim Adiwiyata MTsN 1 Banyuwangi mendapatkan bimbingan dan pengarahan sebelum menerima SK, penetapan, dan piagam penghargaan sebagai madrasah Adiwiyata yang peduli dengan lingkungan.⁶⁵

Berturut-turut pada tahun 2015 dan 2016 MTsN 1 Banyuwangi menjadi juara dalam Banyuwangi Eco School yang diselenggarakan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kabupaten Banyuwangi. Program ini baru dimulai pada tahun 2014 dengan mengambil percontohan di lima SMP/MT di kota Banyuwangi, salah satunya adalah MTsN 1 Banyuwangi

⁶⁴ "Dokumen MTsN 1 Banyuwangi," n.d.

⁶⁵ "Dokumen MTsN 1 Banyuwangi" (n.d.).

dan merupakan satu-satunya madrasah dalam naungan Kemenag yang berperan serta saat itu, karena 4 sekolah lainnya adalah sekolah dalam naungan Dinas Pendidikan.

Tahun 2018 kembali MTsN 1 Banyuwangi mengikuti seleksi sekolah dan madrasah Adiwiyata, kali ini tingkat Propinsi. MTsN 1 Banyuwangi berhasil mendapat penghargaan sebagai Madrasah Adiwiyata Propinsi Jawa Timur 2018. Satu tahun setelah penerimaan penghargaan tepatnya pada tahun 2019, kembali MTsN 1 Banyuwangi melaju menuju Adiwiyata Nasional. Setelah verifikasi dokumen yang dilakukan oleh tim Adiwiyata Propinsi dan Nasional, MTsN 1 Banyuwangi berhasil meraih predikat madrasah Adiwiyata Nasional tahun 2019.⁶⁶ Penghargaan ini mendorong MTsN 1 Banyuwangi untuk terus berkomitmen untuk melestarikan lingkungan madrasah dan menghindari kerusakan.

Tahun 2020, MTsN 1 Banyuwangi ditunjuk sebagai Madrasah Riset oleh SK Dirjen Pendis dari Kemenag RI dengan Nomor B-3031/DJ.II/Dt.II/PP.00?12/2020 pada tanggal 15 Desember 2020. Dan di tahun 2024 MTsN 1 Banyuwangi dinobatkan sebagai madrasah Unggulan dengan SK Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banyuwangi Nomor: 107 Tahun 2024, tertanggal 5 Maret 2024.⁶⁷

⁶⁶ Dokumen MTsN 1 Banyuwangi.

⁶⁷ Dokumen MTsN 1 *Banyuwangi*.

2. Visi, misi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi

Visi

Terbentuknya generasi yang unggul, bertaqwa, berilmu pengetahuan dan teknologi serta berbudaya lingkungan

Misi

1. Membentuk karakter peserta didik yang beriman, bertakwa, berakhlak mulia, serta memiliki kompetensi di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang relevan dengan tantangan masa depan.
2. Menyediakan pendidikan berkualitas yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan teknologi
3. Mewujudkan lingkungan belajar yang kondusif dan berkelanjutan, serta melibatkan aktif masyarakat dalam proses pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang mampu memberikan kontribusi positif bagi lingkungan dan masyarakat.
4. Menyediakan pendidikan berkualitas yang mengintegrasikan perilaku ramah lingkungan, dan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan hidup.
5. Membiarkan potensi peserta didik secara optimal untuk menjadi generasi yang unggul dan berkarakter.
6. Berpikir kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan inovatif.
7. Membekali peserta didik dengan pengetahuan dan keterampilan di bidang STEM (Sains, Teknologi, Teknik, dan Matematika) dan penelitian.
8. Memfasilitasi pengembangan minat dan bakat peserta didik melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler.

Gambar 3 Visi Misi MTsN 1 Banyuwangi ⁶⁸

3. Identitas Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Banyuwangi

1.	Nomor Statistik Madrasah	121135100011
2.	Nomor Urut Sekolah	501
3.	Nomor Pokok Sekolah Nasional	20581640
4.	Nama Madrasah	MTs. Negeri 1 Banyuwangi
5.	Alamat	Jalan Mawar no.35 Giri
6.	Desa/Kelurahan	Penataban
7.	Kecamatan	Giri
8.	Kabupaten	Banyuwangi
9.	Phone	(0333) 422355
10.	Kode Pos	68422
11.	E – Mail	mtsnbwi@yahoo.com
12.	Website	www.mtsnbanyuwangi.sch.id
13.	Status Madrasah	Negeri
14.	Daerah	Perkotaan
15.	Akreditasi	A (Tahun 2021)
16.	Penerbit SK (ditanda tangani)	Menteri Agama
17.	Tahun Berdiri	Tahun 1968
18.	Bangunan Madrasah	Milik Sendiri
19.	Jarak ke pusat kecamatan	0,5 Km
20.	Jarak ke pusat Kabupaten	3 Km

Gambar 4 Identitas MTsN 1 Banyuwangi

⁶⁸ Dokumen MTsN 1 Banyuwangi.

4. Sarana dan Prasarana

No	Jenis Ruangan	Jumlah Ruang	Kondisi		
			Baik	RR	RB
1.	Ruang Kelas	31	√		
2.	Ruang Perpustakaan	1	√		
3.	Aula	-			
4.	Ruang Tata Usaha/PTSP	1	√		
5.	Ruang Komite	1	√		
6.	Ruang Kepala Sekolah	1	√		
7.	Ruang Guru	1	√		
8.	Ruang BP / BK	1	√		
9.	Ruang UKS	1	√		
10.	Ruang Lab. Komputer	1	√		
11.	Ruang Laboratorium IPA	1	√		
12.	Ruang Lab. Bahasa	-			
13.	Ruang Pramuka	1	√		
14.	Ruang Kantin/koperasi	7	√		
15.	Ruang ibadah / Mushola	1	√		
16.	Ruang Koperasi	1	√		
17.	Ruang OSIM	1	√		
18.	Ruang Penjaga	1	√		
19.	Ma'had	1	√		
20.	WC Ma'had	9	√		
21.	KM Ma'had	12	√		
22.	KM/WC Guru/Pegawai	3	√		
23.	KM/WC Siswa	19	√		
24.	Gudang	1	√		
25.	Tempat Parkir	1	√		
26.	Rumah Murobbi	1	√		
27.	Balai Bengong	3	√		
28.	Sarana Perbelanjaan	1	√		

Gambar 5 Sarana dan Prasarana⁶⁹⁶⁹ Dokumen MTsN 1 Banyuwangi.

B. Paparan Data

Setelah peneliti menjalankan kegiatan penelitian terkait dengan manajemen program gerbang dalam upaya pengembangan bahasa asing siswa dan peningkatan citra madrasah MTsN 1 Banyuwangi, oleh karena itu, beberapa hal yang dapat disampaikan sebagai hasil dari fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi.

Humas memiliki peran strategis dalam membangun *school branding* MTsN 1 Banyuwangi melalui program Gerbang. Humas dapat memperkuat *school branding* sebagai madrasah yang berfokus pada penguasaan bahasa asing. Program ini bukan sekadar kegiatan penunjang akademik, tetapi juga menjadi identitas yang membedakan MTsN 1 Banyuwangi dari sekolah lain.

Dengan strategi yang tepat, humas mampu menjadikan program ini sebagai elemen khas sekolah, mengukuhkan MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah yang unggul dan inovatif dalam penguasaan bahasa asing. Humas menerapkan proses manajemen humas yaitu dengan melakukan beberapa tahapan yaitu pendefinisian masalah dan peluang, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Bab ini akan menguraikan setiap tahapan tersebut secara mendalam sebagai bagian dari strategi humas yang berkelanjutan. Terdapat beberapa poin dan hasil yang dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

a. Tahap Pertama: Pendefinisian Masalah dan Peluang

Dalam proses manajemen humas, langkah awal adalah mendefinisikan masalah dan peluang guna memastikan strategi yang efektif dalam peningkatan *school branding* melalui program Gerbang. Pendefinisian masalah dapat mengetahui tantangan yang dapat menghambat *school branding* dan sekaligus mengetahui peluang yang dimiliki.

1) Masalah

Ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan, yang pertama yaitu kurangnya minat siswa. Metode pembelajaran kurang menarik dapat menyebabkan rendahnya motivasi belajar. Dengan strategi inovatif, madrasah dapat meningkatkan minat siswa sekaligus memperkuat *school branding* sebagai madrasah *linguistic* dan berkualitas yaitu berupa program Gerbang.

“Sangat betul, sebelum adanya program Gerbang. Saya melihat dalam proses belajar di kelas itu sangat membosankan. Walau kita sudah membuat inovasi tetapi belum dapat diterima oleh siswa dan hanya anak tertentu saja yang mau belajar. Saya buat game kan ya, setelah game nya selesai, sepertinya saya melihat mereka ya kurang antusias dalam belajar Bahasa asing. kebanyakan mereka menjawabnya susah.”⁷⁰

Pendapat dari Mrs. Wendy didukung oleh Bapak Munawar selaku kepala madrasah yang menjelaskan bahwasanya:

“.....Ketika ada rapat dengan jajaran para guru, keresahan guru lebih banyak dari guru Bahasa asing.

⁷⁰ “Hasil Wawancara Dengan Guru, Ibu Wendy Sophia Belinda, S.S Pada Tanggal 25 April 2025,” n.d.

sulit mengkondisikan kelas menjadi aktif. Yang tertarik belajar hanya segelintir anak saja. Ada lagi, kalau lagi ada acara atau perlombaan, yang sepi mendaftar itu dari perlombaan Bahasa asing.”⁷¹

Kurangnya minat siswa terhadap bahasa asing menjadi tantangan bagi para guru, seperti yang diungkapkan oleh Mrs. Wendy dan Bapak Munawar. Kurangnya minat siswa berdampak pada keterlibatan siswa di kelas, penilaian, dan partisipasi dalam kompetisi. Meskipun inovasi telah diterapkan, hambatan seperti persepsi bahwa bahasa asing sulit menjadi kendala utama. Hal ini menunjukkan perlunya strategi lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran siswa terhadap manfaat bahasa asing. Pendapat keduanya dikuatkan oleh pendapat Duta Gerbang yang menerangkan bahwa:

“Betul banget, saya juga merasakan itu. Saya gak suka sama pelajaran Bahasa asing. Menghafal kosa kata saja susah, belum lagi ada aturannya grammarnya, dan penulisannya juga susah. Belum lagi kalau berlatih ngomong, susah banget.”⁷²

Sesuai observasi pada tanggal 20 Januari 2025, siswa lebih bersemangat belajar Bahasa asing pada saat program gerbang daripada disaat didalam kelas. Penyelenggaraan satu tahun program gerbang namun rasa bosan dan takut mencoba saat pembelajaran di kelas masih sering dirasakan oleh siswa. Dalam Gerbang, siswa merasa lebih bebas dalam mengekspresikan dan tidak takut mencoba dan juga tidak takut

⁷¹ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025,” n.d.

⁷² “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025,” n.d.

salah dalam belajar. Dari segi waktu, gerbang dilaksanakan pada pagi hari jam ke-0 yang membuat siswa masih *fresh* dan semangat belajar. Didalam Gerbang juga tidak ada penilaian yang membuat siswa minder, sehingga siswa lebih leluasa berani mencoba tanpa takut salah.⁷³ Melalui program Gerbang, madrasah dapat merancang pendekatan baru yang lebih interaktif dan menarik guna membangun antusiasme siswa, sekaligus memperkuat *school branding*. Dengan adanya gerbang, dapat menunjang pembelajaran akademik dikelas.

Tidak hanya kurang minat siswa saja, masalah kedua yaitu minimnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya bahasa asing membuat pembelajaran kurang optimal. Banyak yang menganggapnya sebagai keterampilan tambahan, padahal bahasa asing membuka peluang akademik untuk siswa di era globalisasi. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman orang tua diperlukan agar mendukung pendidikan bahasa asing anaknya.

“.....anak itu lebih banyak waktunya dirumah. Sedangkan dirumah, anak dibiarkan bermain dan pegang handphone, tidak diberikan semangat motivasi, tidak didukung dengan les seumpama. Kalau hanya mengandalkan pembelajaran di kelas dan di kelas pun anak tidak tertarik dan tidak semangat. Ya jelas tidak akan maksimal.”⁷⁴

Anak yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah tanpa arahan yang jelas cenderung mengalami penurunan motivasi belajar. Ketika di rumah hanya dibiarkan bermain dan

⁷³ Observasi Pada Tanggal 20 Januari 2025, n.d.

⁷⁴ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 12 Februari 2025,” n.d.

menggunakan handphone tanpa batasan, dan tidak mendapatkan dorongan atau dukungan seperti les tambahan, maka potensi yang dimiliki anak bisa tidak berkembang secara optimal. Terlebih lagi, di sekolah anak juga tidak menunjukkan ketertarikan dan semangat dalam belajar, maka proses pendidikan menjadi tidak efektif. Tanpa adanya keseimbangan antara perhatian di rumah dan dukungan di lingkungan sekolah, sangat sulit mengharapkan hasil belajar yang maksimal. Pendapat tersebut didukung oleh Ibu Inun yang menerangkan bahwasanya:

“Betul pendapat Pak Ghani itu. Saya juga menemui kalau orang tua siswa acuh pada Bahasa asing. Ada yang beralasan kalau nanti SMA nya mau masuk ke jurusan IPA. Dan juga bermindset prospek kerja yang IPA lebih banyak dan menjanjikan berbeda dengan prospek kerja Bahasa yang hanya jadi guide.”⁷⁵

Dikuatkan dengan pendapat salah satu Duta Gerbang yang menjelaskan bahwa:

“Kalau di rumah, orang tua saya jarang membahas belajar bahasa asing. Mereka lebih fokus ke pelajaran yang dianggap utama, seperti matematika atau IPA. Dan kalau lomba juga gitu, orang tua lebih sering nyuruh ikut lomba MTK atau IPA daripada Bahasa asing.”⁷⁶

Sesuai dengan Observasi pada tanggal 16 April 2025. Sepulang sekolah banyak orang tua berbondong-bondong menjemput anaknya, parkir memenuhi halaman madrasah. Mereka setelah menjemput anaknya langsung mengantarkan

⁷⁵ “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 10 Maret 2025,” n.d.

⁷⁶ “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025.”

anaknya ke tempat les. Mayoritas orang tua memilih les MTK dan IPA. Dengan alasan mayoritas hendak melanjutkan ke jenjang menengah atas dengan jurusan IPA agar mendapat pekerjaan yang bagus.⁷⁷ Terlihat bahwa pola pikir sebagian orang tua cenderung mengutamakan mata pelajaran yang dianggap lebih penting secara akademik, seperti MTK dan IPA, dibandingkan bahasa asing. Hal ini berdampak pada kurangnya dukungan dalam pembelajaran bahasa asing, baik melalui motivasi, bimbingan, maupun fasilitas tambahan seperti les. Padahal, kemampuan berbahasa asing memiliki peran penting dalam pengembangan anak, terutama dalam menghadapi era globalisasi yang semakin menuntut keterampilan komunikasi yang luas.

Masalah ketiga yaitu adanya persaingan dengan sekolah lain menjadi tantangan utama dalam meningkatkan *school branding*. Tanpa strategi yang kuat, madrasah bisa kehilangan daya saing dalam menarik perhatian masyarakat. Untuk mengatasinya, madrasah perlu memperkuat keunikan dan ciri khas. MTsN 1 memiliki program Gerbang yang tidak dimiliki oleh SMP lainnya khususnya di wilayah sekitar dengan memanfaatkan media digital, serta membangun koneksi dengan komunitas. Dengan Gerbang, dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi di tengah persaingan.

⁷⁷ "Observasi 16 April 2025," n.d.

“Persaingan dengan sekolah lain memang tidak bisa dihindari. Setiap sekolah berusaha menampilkan keunggulan masing-masing agar menarik minat calon siswa dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Kami melihat tantangan ini bukan sebagai hambatan, tetapi sebagai motivasi untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan dan pelayanan yang kami berikan. Kami juga berani banting setir yang biasanya madrasah berlabel *Islamic*, dan juga berlabel madrasah *linguistic*. Dan itu bukanlah mudah dalam menciptakan *brand* itu.”⁷⁸

Perubahan arah menjadi madrasah linguistik bukan sekadar *rebranding* semata, tetapi sebuah langkah strategis untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan global. Madrasah ingin mencetak lulusan yang tidak hanya unggul dalam pemahaman agama, tetapi juga mampu berkomunikasi dalam bahasa asing dengan percaya diri. Pendapat Bapak Kepala didukung oleh Waka Humas yang menjelaskan bahwasanya:

“Perubahan tidak mudah, terutama dalam membangun persepsi publik. Kami harus meyakinkan orang tua dan masyarakat bahwa konsep madrasah *linguistic* tidak menghilangkan nilai-nilai keislaman, tetapi justru memperkuatnya dengan keterampilan bahasa asing yang lebih baik. kami berharap siswa memiliki bekal yang lebih luas untuk masa depan mereka, baik dalam pendidikan maupun karier.”⁷⁹

Dengan adanya persaingan yang ketat, madrasah perlu membuat program ciri khas dengan *brand* nama Gerbang dengan simbol pintu menuju dunia baru. Dengan motto “Bahasa Asing: Dari Minat Jadi Prestasi”. Program ini mengedepankan core values berupa keberanian berbicara Bahasa asing. dan

⁷⁸ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 10 Februari 2025,” n.d.

⁷⁹ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 18 Maret 2025,” n.d.

target audient nya adalah siswa dan orang tua. Persona program gerbang ini secara menarik dan kolaboratif. Suara dan gaya bahasa yang digunakan secara edukatif tetapi tidak menggurui, akrab dan membangun semangat. Mewujudkan perubahan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam membentuk persepsi publik, tentu bukan perkara mudah. Konsep madrasah linguistic menjadi tantangan besar yaitu meyakinkan orang tua dan masyarakat bahwa identitas keislaman tetap menjadi fondasi utama. Siswa tidak hanya tumbuh sebagai pribadi yang religius, tetapi juga memiliki kompetensi bahasa yang mumpuni agar siap melangkah ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan meraih peluang karier yang lebih beragam di masa depan. Tambahan pendapat dari siswa MTsN yang mengungkapkan bahwasanya:

“Saya memilih MTsN karena sekarang memiliki program Gerbang, yang menurut saya sangat menarik dan memberikan banyak manfaat. Program ini tidak hanya meningkatkan kualitas sekolah tetapi juga sangat memberikan kita kesempatan belajar bahasa asing dan keterampilan lain yang penting untuk masa depan.”⁸⁰

Madrasah menghadapi persaingan ketat dengan sekolah lain, justru terdorong untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Langkah strategis yang diambil adalah meningkatkan *branding* sebagai madrasah linguistik melalui program Gerbang, di samping identitas Islam yang telah melekat. Membangun

⁸⁰ “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025.”

persepsi publik cukup susah, madrasah berupaya meyakinkan masyarakat bahwa konsep ini tidak menghilangkan nilai keislamannya.

2) Peluang

Tidak hanya masalah dan hambatan saja, tetapi juga mendefinisikan peluang yang dimiliki yaitu peluang pertama berupa adanya dukungan kebijakan pendidikan yang dikeluarkan oleh Kemenag Banyuwangi, khususnya melalui Kasi Pendma. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan *school branding* tetapi juga memberikan dampak positif dalam pengembangan pendidikan di Kabupaten Banyuwangi.

“Sebenarnya kami menyadari akan masalah yang ada di madrasah termasuk perihal keterlambatan dalam pembelajaran Bahasa asing. Tetapi kita awalnya belum memiliki power yang kuat. Dan sejak ada pengumuman bahwasanya kasi pendma kemenag Banyuwangi mengumumkan program-program inovasi yang dirancangnya untuk madrasah salah satunya ada perihal Bahasa. Disitulah saya selaku kepala madrasah merasa sangat tertarik dan berpikir tentang proses pelaksanaannya. Dan dari situ saya langsung mengajak rapat semua guru untuk membahas itu.”⁸¹

Menyadari lemahnya pembelajaran bahasa asing di madrasah menjadi titik awal evaluasi yang mendalam terhadap kualitas pendidikan. Hanya saja, pada waktu itu belum ada kekuatan atau dukungan yang cukup untuk melakukan perbaikan. Ketika Kasi Pendma Kemenag Banyuwangi

⁸¹ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 10 Februari 2025.”

mengumumkan serangkaian program inovatif untuk madrasah, termasuk yang berfokus pada penguatan bahasa, gagasan tersebut langsung menarik perhatian kepala madrasah. Dari sanalah muncul tekad untuk segera mengambil langkah nyata. Sebuah rapat bersama seluruh guru pun diselenggarakan guna membahas strategi pelaksanaan program tersebut sebagai upaya konkret dalam memperbaiki mutu pengajaran bahasa asing yang masih tertinggal. Ditambahkan oleh Ketua Koordinator gerbang yang mengatakan:

“Saya bersyukur ketika mendengar adanya program ini. Tapi juga merasa bingung bagaimana enakunya penerapannya. Secara saya sudah mengajar Bahasa asing bertahun-tahun tetapi anak-anak masih tetap merasa bosan dan malas ketika pelajaran Bahasa asing. dan dari pihak kasi pendma juga tidak memberikan prosedur pelaksanaannya. Yang artinya pihak madrasah harus berpikir keras untuk pengimplementasian program gerbang ini.”⁸²

Adanya program Gerbang sejatinya memberi harapan akan peningkatan kualitas pembelajaran bahasa asing. Namun, di balik rasa syukur itu, tersimpan kebingungan yang nyata. Guru yang telah lama mengajar bahasa asing, menghadapi kenyataan bahwa siswa masih kurang bersemangat bahkan enggan terlibat aktif menjadi tantangan yang belum terpecahkan. Terlebih lagi, tanpa arahan teknis dari pihak kemenag, segala proses implementasi harus dirancang mandiri. Hal ini menuntut keberanian untuk mencoba pendekatan baru, mencari celah

⁸² “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 12 Februari 2025.”

inovasi, dan membangun kembali semangat belajar di tengah minimnya petunjuk yang tersedia. Ibu Inun juga menguatkan pendapat keduanya, yang menjelaskan bahwasanya:

“Saya dan para guru guru lainnya dengan adanya inovasi kebijakan itu juga sangat mendukung bagaimana keputusan proses pengimplementasinya. Dan kita semua juga turut membantu keberlangsungan program.”⁸³

Adanya inovasi kebijakan yang diterapkan dalam lingkungan madrasah disambut baik oleh seluruh tenaga pendidik. Tidak hanya memberi semangat baru, kebijakan tersebut juga menjadi pendorong untuk memperbaiki mutu pembelajaran secara menyeluruh. Para guru lainnya menunjukkan dukungan penuh terhadap keputusan dan proses implementasinya, karena yakin bahwa setiap perubahan yang membawa kebaikan harus didorong dengan kolaborasi dan tanggung jawab bersama. Kami juga terlibat aktif dalam pelaksanaan program. Semangat kebersamaan inilah yang menjadi kekuatan utama dalam mewujudkan madrasah yang lebih maju dan responsif terhadap tantangan zaman.

Program inovatif dari Kasi Pendma Kemenag menjadi semangat madrasah untuk mengatasi masalah melalui Program Gerbang. Meskipun prosedur penerapannya tidak dijelaskan secara rinci, para guru berinisiatif untuk mengembangkan metode yang lebih menarik dan efektif. Dengan kerja sama

⁸³ “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 22 April 2025,” n.d.

semua pihak, madrasah berusaha meningkatkan kualitas pembelajaran bahasa asing agar siswa lebih antusias dan memiliki keterampilan yang lebih baik untuk masa depan.

Peluang yang kedua yaitu MTsN 1 Banyuwangi memiliki SDM profesional yang menjadi aset utama dalam meningkatkan *school branding* melalui program Gerbang. Guru dan staf yang kompeten dapat menciptakan lingkungan belajar berkualitas serta membangun *school branding*. Dengan tenaga pendidik profesional, madrasah mampu menyelenggarakan program unggulan yang menarik perhatian masyarakat. Pelatihan dan pengembangan SDM yang berkelanjutan akan memperkuat daya saing sekolah di dunia pendidikan.

“Alhamdulillah guru-guru MTsN ini dapat dikatakan semua profesional karena memang kita dalam proses penyaringan perekrutan sangat ketat. Sudah banyak guru yang menempuh pendidikan magister, kalau sarjana jelas semua sudah sarjana. Dan sekarang pun harus menempuh PPG. Untuk yang belum menjadi ASN jelas sudah mengikuti PPG. Disamping itu, guru-guru juga aktif dalam mencari pengalaman dalam mengupgrade dirinya sendiri tanpa perlu adanya komando. Guru-guru ada yang aktif mengikuti webinar, workshop, menulis karya ilmiah, pelatihan, perlombaan, bahkan kunjungan ke madrasah-madrasah lainnya bahkan hingga luar kota. Bahkan saya mendengar kalau bapak ibu guru mendapatkan kejuaaran itu sudah menjadi hal yang biasa.”⁸⁴

⁸⁴ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”



Gambar 6 Guru Berprestasi

Profesionalisme para guru MTsN tercermin tidak hanya dari latar belakang akademik saja, tetapi juga dari semangat yang tinggi dalam mengembangkan kompetensi diri secara mandiri. Proses seleksi yang ketat telah menghasilkan jajaran pendidik berkualitas, seluruh guru telah menyandang gelar sarjana, bahkan banyak yang melanjutkan hingga jenjang magister dan mengikuti program PPG sebagai bentuk komitmen terhadap peningkatan mutu. Tidak hanya itu, juga aktif mengikuti webinar, menulis karya ilmiah, menghadiri pelatihan, hingga menjajal berbagai perlombaan dan studi banding ke luar daerah. Prestasi yang terus diraih menjadi bukti bahwa dedikasi dan kualitas telah menjadi identitas para guru di MTsN, seperti salah satu contoh guru berprestasi yaitu Ibu Nuhbatul Fakhriroh, S.Pd. lulus kurasi 200 besar jamboree sastra asia tenggara 2024. Pendapat Bapak Munawar dikuatkan oleh pendapat Ibu Inun yang menyatakan bahwasanya:

“Dengan adanya SDM yang berkualitas, madrasah bisa beradaptasi dengan perubahan termasuk adanya program

baru yaitu gerbang, perubahan kurikulum, teknologi pendidikan, serta tuntutan global. Guru yang profesional akan mampu mengembangkan metode pembelajaran yang kreatif dan efektif, sehingga madrasah dapat bersaing dan terus berkembang. Kami juga akan selalu meningkatkan investasi dalam pengembangan SDM, baik melalui pelatihan, penelitian, perlombaan, dll. ⁸⁵

Sesuai hasil Observasi pada 10 Maret 2025. Memang betul adanya hampir keseluruhan para guru sudah melakukan PPG dan banyak yang menjadi ASN. Disamping itu, memang benar adanya para guru aktif mengikuti peningkatan upgrade diri dengan mengikuti pelatihan, perlombaan, dll. Dan guru didalam kelas melakukan pembelajaran juga sangat professional. Tidak ada guru yang meninggalkan kewajiban mengajar dikelas, atau guru yang suka meninggalkan jam kelas.⁸⁶

Secara keseluruhan, profesionalisme guru di MTsN sangat berperan dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Dengan seleksi ketat dalam perekrutan serta berbagai upaya pengembangan diri yang dilakukan secara mandiri, guru-guru mampu menciptakan lingkungan belajar yang adaptif terhadap perubahan kurikulum serta tuntutan global.

b. Tahap Kedua: Perencanaan

Tahap kedua setelah melakukan pendefinisian masalah dan peluang yaitu dilakukannya perencanaan. Perencanaan di MTsN 1 ini dilakukan dengan melakukan rapat. Rapat madrasah dan komite menjadi langkah penting untuk menetapkan tujuan strategis dan

⁸⁵ "Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 10 Maret 2025."

⁸⁶ "Observasi MTsN 1 Banyuwangi 10 Maret 2025," n.d.

menyusun program kerja. Melalui rapat ini, berbagai aspek seperti peningkatan kualitas pendidikan, pengelolaan sumber daya, serta penguatan hubungan dengan masyarakat dibahas. Diskusi yang terbuka dan terstruktur memungkinkan semua pihak terlibat dalam perencanaan yang matang, sehingga madrasah dapat berkembang sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Dengan adanya koordinasi yang baik, setiap kebijakan yang diambil dapat memberikan manfaat maksimal bagi seluruh komunitas madrasah.

“Kita selalu terbuka dalam hendak memutuskan suatu keputusan dengan mengadakan rapat terbuka. Jadi tidak ada yang memutuskan secara sepihak. Untuk rapat akbar yang melibatkan seluruh jajaran guru, masyarakat, wali murid, dan komite itu dilakukan setahun dua kali. Kalau untuk rapat bersama guru-guru tidak terjadwal, artinya bukan kita tidak rapat. Justru kita selalu mengadakan rapat jika ada satu pembahasan. Tidak menunggu jadwal, kalau kita butuh kita langsung mengadakan rapat. Didalam rapat juga merumuskan program kerja seluruh jajaran khususnya waka.”⁸⁷

⁸⁷ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

PROGRAM KERJA PKM HUMAS MTsN 1 BANYUWANGI						
No. Urut	Program	Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Sumber Anggaran Biaya	Sasaran Kegiatan	Keterangan
1	Pengelolaan informasi dan publikasi.	a. Sosialisasi visi dan misi madrasah kepada masyarakat b. Sosialisasi Program Baru	01 Februari 2024	Dipa & Komite	Seluruh Warga Masyarakat MTsN 1 Banyuwangi	a.memajang kalimat visi dan misi yang terbaca saat masuk pintu gerbang madrasah. b.Memasang visi dan misi di tiap-tiap kelas c.Melalui media majalah, kalender dan brosur PPDB. Serta dibaca saat upacara bendera
2.		Membentuk Pusat data dan informasi	05 Juli 2024	Dipa & Komite	Seluruh Warga Masyarakat MTsN 1 Banyuwangi	a.mendokumentasikan informasi yang masuk dan keluar, b. melayani permintaan informasi/pemberian informasi/pengaduan dari masyarakat.
3.		Membuat media informasi yang dibutuhkan baik untuk lembaga maupun masyarakat.	17 Juli 2024	Dipa & Komite		a.Podcast b.Majalah c.Website d. Melayani wali murid (WA, Instagram, Youtube, FB, Twitter, Telegram)
4.	PPDB 2024/2025	PPDB	01-07 Maret 2024		Seluruh Warga Masyarakat	Melakukan agenda kegiatan penyeleksian peserta didik baru sesuai dengan

Gambar 7 Program Kerja Waka Humas⁸⁸

Keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan menjadi prinsip utama yang dijunjung tinggi. Segala kebijakan yang hendak diterapkan selalu dibahas terlebih dahulu melalui rapat terbuka yang rutin dilakukan, untuk memastikan bahwa setiap suara didengar dan tidak ada keputusan yang diambil secara sepihak. Rapat akbar yang melibatkan guru, wali murid, masyarakat, dan komite diselenggarakan dua kali dalam setahun sebagai bentuk akuntabilitas dan partisipasi bersama. Sementara itu, untuk rapat internal dengan para guru, meskipun tidak terjadwal secara tetap, justru intensitasnya tinggi karena dilakukan setiap kali ada isu atau topik yang perlu dibahas.

Ditambahkan oleh Waka Humas yang menerangkan bahwasanya:

“Saya selaku waka humas juga menyampaikan apa saja program kerja yang akan dilakukan humas. Termasuk rencana

⁸⁸ Dokumen MTsN 1 Banyuwangi, n.d.

menjalin kemitraan dengan pihak ELC Didalam rapat nanti ada sanggahan, kritik, masukan. Nah itu juga menjadi poin positif dalam upaya peningkatan kualitas madrasah.”⁸⁹

Didalam rapat juga membahas tentang rencana menjalin kerja sama dengan ELC. Madrasah meningkatkan kualitas dengan menjalin kerja sama dengan ELC. Kemitraan ini memberikan siswa kesempatan praktik langsung dengan penutur asli. Selain itu, guru juga dapat mengembangkan keterampilan mengajar dengan teknik lebih interaktif. Dengan kerja sama ini, madrasah semakin siap mencetak generasi yang kompetitif di era yang semakin maju ini.



Gambar 8 MoU ELC ⁹⁰

Pendapat tersebut dikuatkan oleh penjelasan Bapak Munawar

bahwa:

".....Dan saya dan jajaran guru sudah berencana akan menjalin kerjasama dengan inochi. Tetapi masih dalam tahap perencanaan. Tahun 2024 menjalin kerjasama dengan ELC. Di rapat tahun 2025 ini akan membahas kerjasama dengan Inochi.

⁸⁹ "Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025," n.d.

⁹⁰ Dokumen MTsN 1 Banyuwangi, n.d.

Madrasah juga bekerja sama dengan wali murid dan masyarakat dalam mendatangkan turis atau native speaker"⁹¹

Kerjasama antara madrasah dan ELC kembali terjalin yang memberikan manfaat dalam penguasaan bahasa asing bagi siswa dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dukungan penuh terhadap kolaborasi akademik, termasuk rencana dengan Inochi, menunjukkan komitmen madrasah dalam menghadapi tantangan pendidikan.

Pendapat bapak kepala dikuatkan oleh Mrs. Wendy bahwasanya:

“Betul banget, wali murid dan masyarakat antusias ketika mereka menerima tamu dari luar negeri itu selalu ditanya apakah mau menyempatkan waktu untuk berkunjung ke madrasah. Tetapi wali murid dan masyarakat tidak sembarangan memilihkan turisnya, mereka memilih yang memang berperilaku baik, keliatan banyak wawasan dan yang ramah tidak cuek. Mereka langsung menghubungi pihak madrasah tapi menggunakan via WA.”⁹²

Pendapat keduanya didukung dengan argument Khansa bahwa:

“Benar mbak. Saya melihat teman-teman sangat senang dengan kedatangan turis itu. Mereka merasa puas berlatih langsung dengan turis. Dan teman-teman selalu berharap kapan ada lagi ya kedatangan turis. Bahkan sering menanyakan ke guru-guru.”⁹³

Kerjasama madrasah, wali murid, dan masyarakat dalam program Gerbang memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif bagi siswa. Dukungan masyarakat dalam menghadirkan turis ke madrasah menambah wawasan serta praktik bahasa asing siswa.

⁹¹ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

⁹² “Hasil Wawancara Dengan Guru, Ibu Wendy Sophia Belinda, S.S Pada Tanggal 25 April 2025.”

⁹³ “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025.”

Dengan komunikasi yang baik dan seleksi tamu yang tepat dapat meningkatkan kualitas madrasah dan jalinan hubungan madrasah dengan lingkungannya.

Dalam rapat juga membahas perencanaan proses penyusunan program dilakukan dengan menetapkan prosedur pelaksanaan gerbang sebagai mekanisme utama untuk mengatur alur kerja dan koordinasi berbagai pihak yang terlibat.

“Sebenarnya ini sudah tahap perencanaan yang kedua kalinya dalam program Gerbang. Dulu pada awal sudah pernah dan sudah diterapkan. Terus diubah konsepnya. Jadi kita tidak stagnan sekali apa yang sudah ditetapkan itu terus yang dilaksanakan. Kalau memang dirasa dipertengahan perjalanan ada yang perlu diubah dengan catatan agar lebih baik maka dengan segera kita lakukan perubahan.”⁹⁴

Ditambahkan oleh Bapak Ghani yang menjelaskan:

“Nah untuk perencanaan yang kedua ini bisa dikatakan banyak perombakan mulai dari waktu pelaksanaan, pengelola gerbang, materi, tempat, jadwal, media, inovasi program. Kami juga sudah menentukan struktur pengelola program gerbang ini. Dan untuk kedepannya kita juga akan terus berinovasi agar pelaksanaan gerbang ini tidak monoton dan siswa berkurang semangatnya.”⁹⁵

Pelaksanaan program Gerbang mengalami berbagai perubahan signifikan dari segi waktu, tempat, jadwal, hingga metode pelaksanaannya. Awalnya, kegiatan Gerbang mengambil sedikit waktu dari proses pembelajaran, namun kini diubah agar tidak mengganggu jam belajar siswa. Tempat pelaksanaan yang sebelumnya di dalam kelas dipindahkan ke area pintu gerbang dan halaman

⁹⁴ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

⁹⁵ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 15 Januari 2025,” n.d.

sekolah untuk menciptakan suasana baru yang lebih menarik dan menghindari rasa jenuh pada siswa.

Dari sisi jadwal, kegiatan yang dulu hanya berlangsung dua kali seminggu. Rabu untuk Bahasa Inggris dan Jumat untuk Bahasa Arab. Kini diadakan setiap hari Senin hingga Jumat. Hari Senin dan Rabu untuk Bahasa Inggris, Selasa dan Kamis untuk Bahasa Arab, dan khusus hari Jumat dibagi: minggu pertama hingga ketiga untuk Bahasa Inggris, dan minggu keempat untuk Bahasa Arab. Dalam hal pelaksana, semula hanya struktur pengelola saja yang terlibat. Kini seluruh guru turut serta karena struktur awal dinilai kurang mampu menangani jumlah siswa yang banyak. Selain itu, dibentuk pula Duta Gerbang melalui proses seleksi dan penyesuaian, yang kemudian dibagi menjadi dua kelompok: Duta Arab dan Duta Inggris. Dari sisi materi, jika sebelumnya hanya ada satu materi setiap bulan karena keterbatasan waktu, kini materi disiapkan berbeda setiap hari dan dibagikan melalui grup. Hal ini memudahkan pemantauan terhadap siswa yang kurang aktif mengikuti pembelajaran. Media yang digunakan pun mengalami peningkatan; dahulu hanya menggunakan proyektor di dalam kelas, sekarang sudah dilengkapi dengan mikrofon dan sistem suara. Dari segi inovasi, kegiatan Gerbang kini tidak hanya mencakup permainan, tetapi juga rencana kegiatan seperti berkemah, menghadirkan turis asing, dan lain-lain.

Pelaksanaan Program Gerbang		
	Dulu	Sekarang
Waktu	Diambil dari jam	Pukul 05.50-06.50

	pelajaran		
Tempat	Didalam kelas	Gerbang sekolah	
SDM	Koordinator gerbang	Seluruh jajaran guru, coordinator gerbang, duta gerbang	
Jadwal	Rabu untuk Bahasa Inggris dan Jumat untuk Bahasa Arab	Senin: English Selasa: Arabic Rabu: English	Kamis: Arabic Jum'at: Minggu 1-3: English Minggu 4: Arabic
Sistem Pengelolaan	Belum ada Duta	Duta Gerbang	
Inovasi	Belum ada	Native speaker, camping, dll	

Tahap perencanaan dalam humas juga membahas perencanaan konten dan publikasi. Dalam tahap ini, strategi komunikasi dirancang dengan menentukan jenis konten, media yang digunakan, dan waktu publikasi agar dapat diterima secara optimal oleh masyarakat. Konten harus relevan, menarik, dan sesuai dengan tujuan madrasah, sementara publikasi dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan masyarakat. Dengan perencanaan yang matang, komunikasi humas dapat berjalan lebih efektif, membangun *school branding*, serta memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan.

“..... Sama halnya dengan perencanaan gerbang. Pengelolaan konten dan publikasinya juga turut dirubah. Dulu melakukan konten dan publikasi hanya kalau ada event.”⁹⁶

Pendapat Bapak Hisom dikuatkan oleh Bapak Munawar yang menjelaskan bahwa:

“Humas madrasah sekarang sangat aktif. Terkait apapun kendala di media social langsung dengan gercep ditindak lanjuti. Apapun kegiatan hari ini, sekarang juga langsung terposting. momen kegiatannya baru selesai dan berita

⁹⁶ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

dan videonya sudah diunggah oleh humas. Saya berharap semoga humas tetap selalu aktif pada tugasnya.”⁹⁷

Dengan perubahan besar dalam pengelolaan konten dan publikasi, madrasah kini semakin aktif dalam meningkatkan visibilitas dan *school branding*. Konsistensi dalam membagikan informasi serta keterlibatan seluruh tim humas memastikan setiap kegiatan dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Langkah ini tidak hanya memperkuat *school branding*, tetapi juga menciptakan budaya dokumentasi yang lebih terstruktur dan profesional. Dengan sistem yang telah diperbaiki, humas dapat terus berkembang, beradaptasi dengan kemajuan teknologi, serta tetap menjadi garda terdepan dalam membangun komunikasi dan reputasi madrasah lebih baik

c. Tahap Ketiga: Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan, rencana yang telah disusun mulai dijalankan dengan berbagai strategi yang telah ditetapkan. Adanya pelaksanaan gerbang yang terstruktur, program dapat berjalan lebih sistematis, minim risiko, serta lebih adaptif terhadap perubahan yang diperlukan demi mencapai hasil yang optimal.

“Pengimplementasian Gerbang bukan hanya sebatas kegiatan di jam ke-0 itu saja. Tapi didukung juga dengan kegiatan upacara bendera dengan menggunakan Bahasa asing. Penggunaan kosa kata nya juga dipilih yang gampang dimengerti oleh siswa, ya hitung-hitung buat latihan listening siswa. Dan yang menjadi pemimpin upacaranya bergantian dari guru, kepala madrasah bahkan pernah bapak kepala kemenag menjadi pemimpin upacara juga tertarik menggunakan Bahasa asing. dan untuk siswa yang mahir akan diberi hadiah reward saat upacara.”⁹⁸

⁹⁷ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 10 Februari 2025.”

⁹⁸ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 15 Januari 2025.”



Gambar 9 Pemberian Reward

Penjelasan bapak Ghani ditambahkan oleh Mrs. Wendy yang menjelaskan bahwa:

“..... dampaknya juga mengalir ke kehidupan sehari-hari. Ternyata anak-anak tidak puas berbicara Bahasa arab Cuma waktu pelaksanaan gerbang itu saja. Akhirnya anak-anak sering berbicara dalam kehidupan sehari-hari menggunakan Bahasa asing. ya mungkin walau masih dicampur dengan Bahasa kita sendiri, setidaknya kosa kata yang telah dia hafal itu digunakan.”⁹⁹



Gambar 10 Upacara Bendera Berbahasa Asing

Dari kedua argument diatas, ditambahkan oleh Bu Inun yang menjelaskan pengelaman pribadinya yang menjelaskan bahwa:

“pelaksanaan Gerbang sudah sesuai dengan perencanaan yang terbaru dan berjalan dengan lancar. Madrasah juga

⁹⁹ “Hasil Wawancara Dengan Guru, Ibu Wendy Sophia Belinda, S.S Pada Tanggal 25 April 2025.”

memberikan kegiatan inovasi yang membuat siswa semakin semangat yaitu mendatangkan native speaker dan acara Bahasa arab inovatif yang berkolaborasi dengan UIN Malang. Pihak Kemenag Banyuwangi aktif dalam melakukan pengontrolan pelaksanaan Gerbang.¹⁰⁰



Gambar 11 Kedatangan Turis Mancanegara



Gambar 12 Kedatangan Kepala Kemenag Banyuwangi

Sesuai data Observasi 25 April 2025, sesuai di lapangan memang benar adanya gerbang dilaksanakan pukul 05.50-06.50. dan banyak masyarakat yang menonton dan ingin tau pelaksanaan gerbang. Dan pada tanggal 25 April ini waktu pelaksanaan jadwal Bahasa arab, karena minggu ketiga. Guru, duta, koordinator gerbang dan juga kepala madrasah turut mengikutiku pelaksanaan Gerbang. Satu duta menanyai empat anak. Diberi pertanyaan atau percakapan satu persatu sesuai dengan materi yang telah di share

¹⁰⁰ "Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 22 April 2025."

pada malam hari. Dan untuk anak yang tidak bisa diberi waktu untuk mempelajari, jika memang tidak bisa maka akan diberikan pemahaman oleh coordinator gerbang atau duta gerbang.¹⁰¹

Program Gerbang telah menjadi salah satu pilar penting dalam upaya meningkatkan kemampuan berbahasa asing siswa. Konsistensi dalam pelaksanaan, dukungan dari berbagai pihak, serta semangat siswa untuk terus belajar membuktikan bahwa Gerbang bukan sekadar rutinitas, tetapi sebuah perjalanan pembelajaran yang berdampak luas. Tak hanya dalam sesi pagi, efeknya meresap ke kehidupan sehari-hari dan bahkan menciptakan keberanian berbahasa asing.

Pelaksanaan konten dan publikasi berperan untuk sarana utama menyampaikan pesan kepada audiens secara efektif. Konten yang telah diedit sebelumnya dipublikasikan melalui media sosial, situs web untuk mencapai target lebih luas. Dengan pelaksanaan yang terstruktur, konten tersampaikan dengan baik, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperkuat *school branding*.

“Pelaksanaannya sesuai dengan perencanaan awal. Setiap ada kegiatan apapun di hari itu selalu kita liput, pengambilan video foto, kita edit, kita posting di hari itu juga. Jadi berita selalu ontime disebar luaskan agar masyarakat dengan cepat juga mengetahui apa yang terjadi di madrasah. Anggota humas juga sudah mulai terbiasa dengan jobdeks nya. Yang bagian pengambilan gambar selalu sigap hadir di acara. Yang bagian editing juga selalu belajar agar proses edit nya bagus. Dan yang bagian pemegang akun madrasah juga selalu aktif mengunggah setelah di posting sekaligus mengecek apakah ada pesan dari masyarakat. Dan juga kita melihat perkembangan yang sangat pesat itu ada di tiktok,

¹⁰¹ “Observasi 25 April 2025,” n.d.

penontonnya hingga ribuan. Tiktok masih menjadi pemegang akun yang paling mendukung dalam proses *school branding*. Pengunggahan juga tidak sebatas di akun madrasah saja. Tetapi seluruh guru selalu kompak dalam posting di akun media social mereka masing-masing. Dan kembali lagi, mereka justru bilang, yang bikin akunnya fyp ketika upload program Gerbang ini. Disamping itu kita juga selalu ekstra dalam melakukan pengamanan akun agar tidak mudah hilang atau ke hack. Sekiranya ada hal yang aneh di akun maka secepatnya ditindak lanjuti.”¹⁰²



Gambar 13 Youtube MTsN 1 Banyuwangi



Gambar 14 Web Resmi Madrasah

Pendapat Bapak Hisom dikuatkan oleh pendapat Bapak Munawar yang menerangkan:

¹⁰² “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 16 April 2025,” n.d.

“Saya bangga dengan humas. Mau diajak ke arah perubahan. Awal masuk dulu saya melihat akun-akun madrasah kurang begitu aktif dan mengunggah ketika ada event yang agak besar saja. Berbeda dengan sekarang. Yang bisa dikatakan setiap hari selalu ada unggahan. Dan dari segi follower juga semakin meningkat. Apalagi dulu kita belum punya akun tiktok. Di setahun ini kita sudah memiliki akun tiktok. Justru dari tiktok yang melejit penontonnya. Oh ya sedikit memberitahu, sampean memang anak muda yang sudah jelas tau akun-akun madrasah. Tapi saya ingin memberitahu untuk akun Instagram nama akun kita itu mtsn_1banyuwangi. Tiktok Official MTsN 1 Banyuwangi. Facebook mtsn_1banyuwangi. Web resminya ya MTSN 1 banyuwangi [Informasi – MTs Negeri 1 Banyuwangi](#) . oh ya lupa kita juga ada youtube MTsN 1 Banyuwangi. Alhamdulillah, semoga semakin banyak followers nya semakin banyak diketahui masyarakat luas.¹⁰³

Sesuai data Observasi pada 20 Mei 2025, MTsN 1 Banyuwangi kedatangan tamu dari UIN Malang. Dan waka humas mengambil dokumentasi pelaksanaan pembelajaran Bahasa arab inovatif. Dan proses pengeditan berita dan video konten dilakukan di hari itu juga dan memostingnya di sore hari sepulang jam sekolah.¹⁰⁴

Pelaksanaan konten dan publikasi di MTsN 1 Banyuwangi berjalan sesuai rencana awal dengan disiplin dan konsistensi yang luar biasa. Setiap kegiatan yang berlangsung langsung didokumentasikan, diedit, dan dipublikasikan pada hari yang sama, memastikan informasi tetap segar dan cepat tersebar ke masyarakat. Tim humas telah semakin terampil dalam menjalankan tugasnya, mulai dari pengambilan gambar, proses editing, hingga pengelolaan akun media sosial madrasah. Dukungan dari para guru

¹⁰³ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025,” n.d.

¹⁰⁴ “Observasi 20 Mei 2025,” n.d.

yang turut serta dalam publikasi di akun pribadi mereka juga semakin memperkuat jangkauan informasi. Selain itu, langkah preventif dalam menjaga keamanan akun dilakukan dengan cermat untuk menghindari risiko peretasan. Dengan sinergi yang kuat, publikasi madrasah semakin berkembang dan mampu menarik perhatian, membuktikan bahwa MTsN 1 Banyuwangi terus beradaptasi dengan perkembangan digital.

d. Tahap Keempat: Evaluasi

Evaluasi adalah tahap menilai keberhasilan program dengan membandingkan hasil yang dicapai dengan tujuan awal. Pengukuran dilakukan melalui analisis data dan umpan balik, wawancara, survei dan mencatat aspek yang perlu diperbaiki. Dengan evaluasi yang baik, strategi dapat disempurnakan untuk hasil yang lebih optimal ke depannya.

“Kalau dilihat dari dampak yang dirasakan, keberhasilan sudah dapat dirasakan. Siswa memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Dan juga sudah berani mencoba mengikuti perlombaan. Dalam segi promosi juga sudah berjalan dengan baik. Akun media social semakin pesat, banyak followers. Dan menyebutkan MTsN 1 selalu yang di ingat adalah Program Gerbang. Yang artinya, sudah melekat di hati masyarakat. Dan juga ketika saya bertemu dengan teman-teman selalu mendapat pujian kalau MTsN 1 semakin maju berkat program gerbang dan publikasi humas.”¹⁰⁵

Dikuatkan dengan argument Bapak Hisom yang menerangkan bahwa:

“Kita melakukan evaluasi dengan melakukan survei, wawancara dengan berbagai pihak. Saya wawancara dengan guru, bapak

¹⁰⁵ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 15 Januari 2025.”

kepala kemenag, katanya sudah sangat bagus progresnya tetapi tentunya masih dikasik beberapa saran, sejauh ini sudah sangat berhasil. Saya juga bertanya dengan wali murid, dan semakin bangga mengetahui kegiatan apa saja di sekolah lewat media social. Karena melihat perkembangan anaknya dalam Pendidikan itu ada kebanggaan tersendiri.”¹⁰⁶

Evaluasi dilakukan dengan melakukan pengukuran keberhasilan yaitu melakukan survei, wawancara, dengan guru, wali murid, kepala kemenag Banyuwangi menunjukkan jawaban perkembangan yang positif. Dengan evaluasi berkelanjutan, madrasah semakin optimal dalam mendukung *school branding*.

Tidak sebatas itu saja, dalam tahap evaluasi ini, dilakukan analisis terhadap hasil yang telah dicapai, mengidentifikasi kelemahan, serta merancang perbaikan strategi. Dengan evaluasi yang tepat, madrasah dapat meningkatkan efisiensi, memperbaiki kekurangan, dan memastikan keberlanjutan program yang lebih baik.

“Memang betul, dalam gerbang ini masih banyak yang perlu diperbaiki. Dari segi sarana perlu ditambah kalau dilaksanakan di halaman berarti butuh penambahan mic dan sound, lab bahasa dan ruang podcast. Tidak hanya gedung atau ruangnya. Dibutuhkan keseluruhan isi peralatan didalamnya. Perihal pemberian reward, sementara ini hanya masih mengandalkan dana pribadi bapak kepala karena rasa apresianya. Tapi perlu dipertimbangkan lagi agar menggunakan dana madrasah.”¹⁰⁷

¹⁰⁶ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 16 April 2025.”

¹⁰⁷ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 12 Februari 2025.”



Gambar 15 Iconic Gerbang

Pendapat dari Koordinator Gerbang dikuatkan oleh Bapak Munawar yang mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya, perlu adanya tambahan kegiatan yaitu peningkatan kualitas guru dan duta gerbang. Nanti akan saya ajukan perlu adanya pertemuan atau workshop peningkatan Gerbang. Dan juga perlu adanya tambahan media, kan sementara masih menggunakan mic dan sound. Nanti dirundingkan lagi media apa yang dapat digunakan agar anak-anak tidak bosan dengan penggunaan mic saja.”¹⁰⁸

Pendapat dari duta menjadi tambahan argument mengenai perbaikan strategi program gerbang ini yang menyatakan bahwa:

“Saya ingin mengusulkan tentang icon Gerbang mbak. Istilahnya yang dibuat foto-foto lah, spot dibuat foto. Kayak kan orang yang masuk ke MTsN 1 gak tau kalau madrasah ini memiliki program gerbang kalau tidak tau waktu pelaksanaan dan media nya. Jadi perlu adanya spot foto, icon, atau gerbang corner agar tamu yang masuk di jam berapapun itu tau kalau di madrasah ini ada program Gerbang dengan adanya icon.”¹⁰⁹

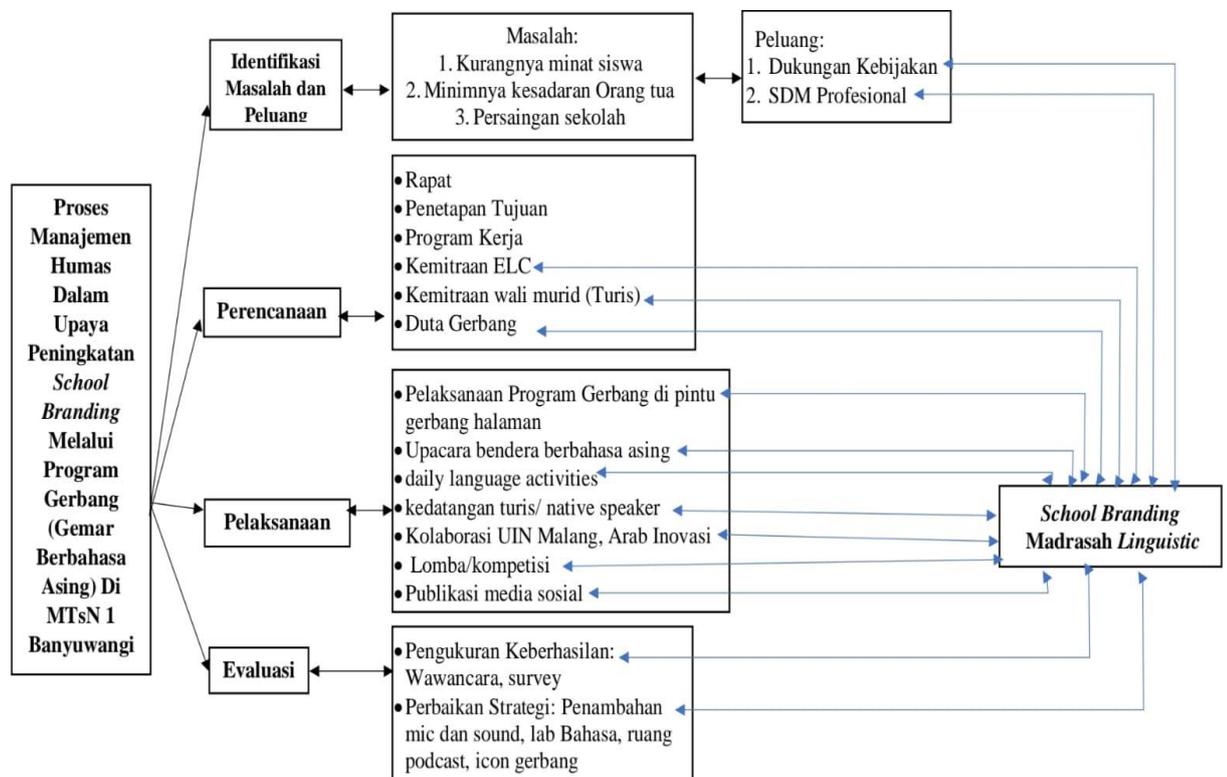
Sesuai data Observasi pada 22 April 2025, memang benar bahwasanya masih banyak yang perlu diperbaiki dalam penyelenggaraan Gerbang dan Publikasi seperti perlu adanya lab

¹⁰⁸ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025.”

¹⁰⁹ “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025.”

Bahasa, ruang podcast, mic dan sound, dan cara pengeditan yang menarik.¹¹⁰

Sebagai langkah lanjut, penting untuk memastikan bahwa setiap usulan perbaikan dengan penambahan sarana seperti mic dan sound, pembangunan lab bahasa dan ruang podcast, inovasi kegiatan yang lebih variatif juga menjadi faktor penting agar peserta didik tetap antusias dan tidak merasa bosan. Peningkatan kualitas guru dan duta Gerbang melalui workshop atau pertemuan berkala akan memastikan keberlangsungan program dengan standar yang lebih tinggi. Tidak kalah penting, strategi publikasi seperti ikon Gerbang dan spot foto akan memberikan identitas yang lebih jelas bagi program ini, sehingga semakin dikenal oleh masyarakat.



Gambar 16 Proses Manajemen Humas

¹¹⁰ "Observasi 22 April 2025," n.d.

2. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Pada Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)

MTsN 1 Banyuwangi mengimplementasikan berbagai model humas sebagai bagian dari strategi peningkatan *school branding* melalui Program Gerbang. Dengan pendekatan yang sistematis, madrasah berusaha memperkuat identitasnya dan membangun hubungan baik dengan masyarakat. Upaya ini tidak hanya berdampak pada *school brand*, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif berbagai pihak dalam mendukung program unggulan yang bertujuan meningkatkan kualitas pendidikan.

a. *Press Agency*

MTsN 1 Banyuwangi terus berupaya meningkatkan *brand* dan daya tarik sekolah melalui program Gerbang. Salah satu strategi yang diterapkan oleh manajemen humas adalah model *press agency*, yang berfokus pada publikasi dan penyampaian informasi secara luas kepada masyarakat. Model ini digunakan untuk menciptakan kesan positif mengenai madrasah dan program Gerbang, sehingga meningkatkan minat calon siswa serta kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

“Kami menerapkan strategi bagaimana masyarakat luas tertarik pada madrasah. Salah satu yang dilakukan adalah memposting di media social semenarik mungkin dan harus menggiurkan dengan memanfaatkan tiktok yang trend sekarang yaitu fyp. Dengan sering aktif posting berdampak banyaknya followers dan viewers. Sebenarnya perlu ada strategi lain kayak mengajak influencer, tetapi kita belum. Kita juga melakukan promosi dengan merangkai kalimat yang menggiurkan waktu adanya kampanye kirab. Kayak waktu drum band madrasah

diundang masyarakat disitulah diselipin kampanye atau siar siar.¹¹¹

Pendapat Bapak Hisom dikuatkan oleh Bapak Kepala yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya di tahun 2025 ini atau kedepannya perlu adanya tambahan strategi seperti adanya event untuk public, atau expo untuk anak SD/MI agar tau di MTsN 1 memiliki program Gerbang. Dan juga perlu menggaet influencer atau selebram agar semakin famous.”¹¹²

Strategi ini berhasil meningkatkan *school branding* madrasah. Dengan semakin banyaknya pemberitaan positif dan eksposur media, promosi kampanye kirab dengan merangkai kalimat yang menggiurkan, masyarakat semakin mengenal MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah unggulan yang menekankan penguasaan bahasa asing. Model *press agentry* juga berkontribusi dalam meningkatkan jumlah pengikut media sosial madrasah, yang menjadi bukti bahwa strategi komunikasi publik yang efektif dapat memperluas jangkauan dan daya tarik sekolah. Madrasah semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.

b. *Public Information*

MTsN 1 Banyuwangi menerapkan model *public information*, yang berfokus pada penyampaian informasi yang akurat, jelas, dan transparan kepada masyarakat. Model ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang program Gerbang kepada calon

¹¹¹ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

¹¹² “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025.”

siswa, orang tua, serta publik agar mereka mengetahui manfaat dan prestasi yang telah dicapai.

“Dalam melakukan posting, kita juga tidak cuma memberitahu kalau di MTsN 1 ada Gerbang saja. Tetapi kita menjelaskan prosesnya, tanggalnya, alurnya, manfaatnya, dan pendapat dari orang yang terlibat di kegiatan tersebut. Tujuannya, agar tidak miskomunikasi atau salah persepsi di mata masyarakat. Tidak hanya itu, kita juga memberitahu prestasi siswa, proses perlombaan, waktu pelaksanaan lombanya. Jadi informasinya detail dan real sesuai lapangan. Kita juga aktif membuat majalah untuk madrasah, yang didalamnya tentunya sudah sangat detail penjelasannya.”¹¹³

Dikuatkan dengan pendapat Waka Penjaminan mutu:

“Betul banget kita memang harus memberikan informasi yang sesuai dengan realitanya, kita harus transparan. Karena sangat rawan jika tidak menjelaskan kepada public secara detail apa yang terjadi maka akan timbul masyarakat yang beramsumsi negative.”¹¹⁴

Kedua pendapat diatas, dilengkapi dengan pendapat dari

Bapak Kepala yang menerangkan bahwa:

"Madrasah juga memiliki media majalah, disitu sudah sangat jelas penjelasan semua kegiatan madrasah kita secara detail dan lengkap. Majalah bukan cuma cetak, dalam bentuk elektronik juga. Di Instagram juga sudah terpampang."¹¹⁵

Dalam praktiknya, model *public information* diwujudkan melalui berbagai bentuk komunikasi resmi seperti publikasi berita di website madrasah, penyebaran informasi melalui buletin atau majalah, dan pemanfaatan media sosial dengan memberikan caption atau keterangan untuk membagikan capaian siswa. Humas madrasah secara

¹¹³ "Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025."

¹¹⁴ "Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 22 April 2025."

¹¹⁵ "Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025."

aktif membuat konten dan membagikannya kepada media informasi resmi MTsN 1 Banyuwangi. Hal ini membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program Gerbang.

c. *Two-Way Asymmetric*

Dalam peningkatan *school branding*, humas MTsN 1 menerapkan model *two-way asymmetric*, yang berfokus pada komunikasi yang tidak sepenuhnya seimbang antara madrasah dan publik. Model ini digunakan untuk memahami persepsi masyarakat terhadap program Gerbang dan menyesuaikan strategi *branding* berdasarkan tanggapan dari target audiens, khususnya calon siswa dan orang tua.

“Madrasah ini selalu terbuka akan kritik dan saran dari masyarakat maupun wali murid. Kami menyediakan media social untuk berkomunikasi jarak jauh, dan untuk wali murid yang ingin menyampaikan di madrasah juga bisa. Selain itu kita juga sering mengirimkan link survei ke wali murid tentang keseluruhan madrasah termasuk dengan adanya program gerbang. Dan juga diwaktu rapat kita juga mendengarkan kritik saran dari masyarakat, wali murid.”¹¹⁶

Dikuatkan oleh Bapak Kepala yang menjelaskan bahwasanya:

“Betul, kita justru membutuhkan masukan dari masyarakat, wali murid agar madrasah ini sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat. Kita juga sering membuat diskusi di grup wali murid apa saja keluhan dan keinginan terhadap madrasah. Kita juga pernah melakukan survei dengan kuesioner untuk mengetahui kepuasan wali murid. Kita melibatkan komite juga dalam hal ini, komite menampung semua keluhan masukan masyarakat dan wali murid kemudian disampaikan ke madrasah. Nah hasil dari semuanya, baru kita musyawarahkan.”¹¹⁷

¹¹⁶ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

¹¹⁷ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025.”

Secara keseluruhan, penerapan model *two-way asymmetric* membantu MTsN 1 Banyuwangi dalam meningkatkan *branding* lebih strategis dan berbasis data melalui program Gerbang. Dengan memahami ekspektasi masyarakat dengan melakukan survei, dan penerimaan kritik langsung, sesi pengaduan lewat media, penampungan komite madrasah, madrasah berhasil membangun *school branding* unggulan. Model ini tidak hanya meningkatkan daya tarik sekolah, tetapi juga memastikan bahwa program Gerbang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan minat siswa.

d. *Two-Way Symmetric*

Dalam upaya meningkatkan *school branding*, humas MTsN 1 menerapkan model *Two-Way Symmetric*, yang berfokus pada komunikasi yang seimbang antara madrasah dan publik. Model ini terjadi interaksi dua arah, madrasah tidak hanya menyampaikan tetapi menerima dan menyesuaikan kebijakan berdasarkan masukan masyarakat. Dengan model ini, program Gerbang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan siswa, orang tua, dan lingkungan pendidikan.

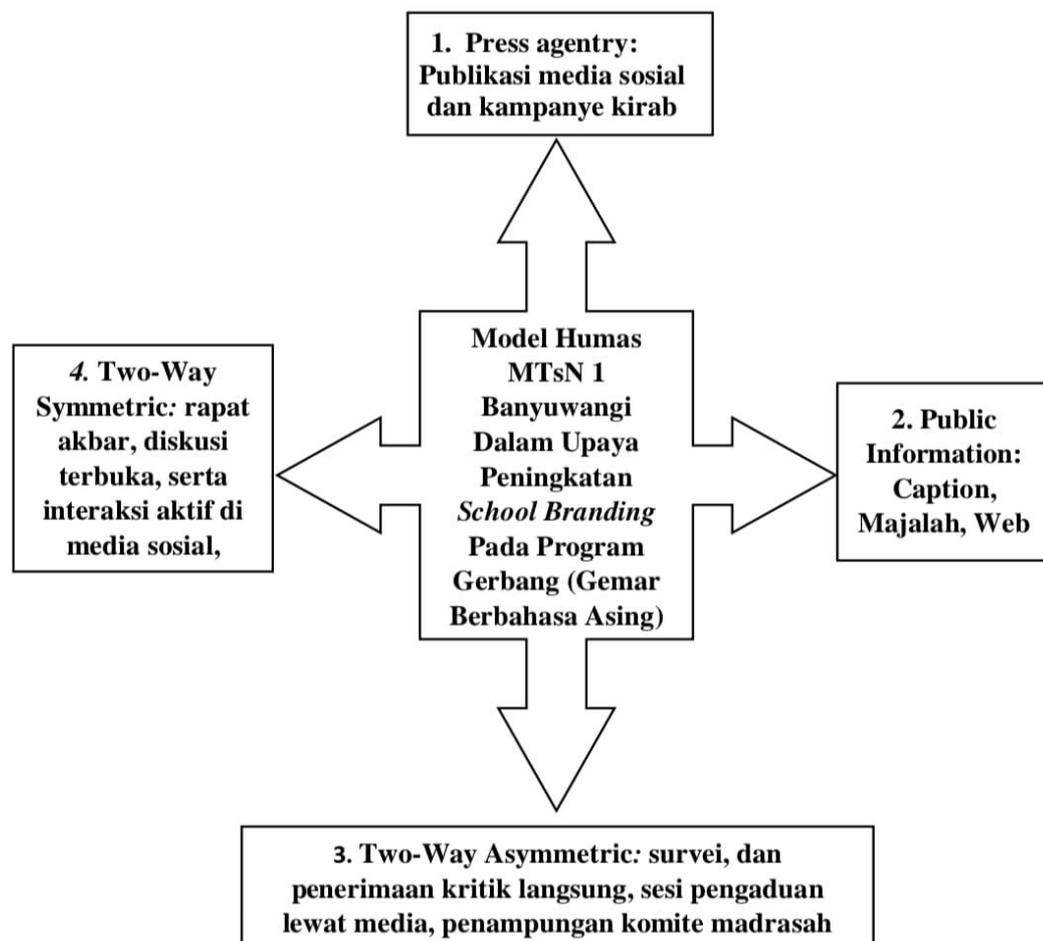
“...Nah, dari banyaknya masukan-masukan tersebut. Baru kita pertimbangkan mana yang kita utamakan menindaklanjuti. Tidak hanya itu, ketika rapat akbar kan mendatangkan wali murid dan masyarakat, disitulah kita berdiskusi musyawarah bersama. Mengenai kesepakatan secara keseluruhan termasuk gerbang. Seperti gerbang dilaksanakan di jam ke-0 apakah wali murid bersedia, seperti itu.”¹¹⁸

¹¹⁸ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

Pendapat Bapak Hisom dikuatkan dengan Bapak Kepala:

“Gak cuma lewat rapat saja kita berinteraksi langsung dengan masyarakatan dan wali murid. Admin media social juga aktif membalas komentar atau pesan yang masuk. Jadi memang ada interaksi disana.”¹¹⁹

Secara keseluruhan, penerapan model *Two-Way Symmetric* dalam *branding* melalui program Gerbang telah membantu MTsN 1 Banyuwangi membangun *school branding* sebagai madrasah yang responsif. Komunikasi yang transparan dan interaktif antara madrasah dan masyarakat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan terhadap madrasah.



¹¹⁹ "Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 14 Januari 2025."

3. Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan *School Branding* di MTsN 1 Banyuwangi

Di era globalisasi, penguasaan bahasa asing menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan kualitas diri maupun madrasah. MTsN 1 Banyuwangi memahami pentingnya hal tersebut dengan mengimplementasikan program Gerbang sebagai bagian dari strategi peningkatan *school branding*. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan berbahasa asing siswa tetapi juga memperkuat *school branding* sebagai madrasah berkualitas yang adaptif terhadap perkembangan dunia.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti terkait dengan implikasi adanya program Gerbang pada upaya peningkatan *school branding* di MTsN 1 Banyuwangi terdapat beberapa poin serta hasil yang dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

a. Peningkatan Daya Tarik Calon Siswa

MTsN 1 Banyuwangi semakin menarik perhatian calon siswa dengan berbagai inovasi yang dilakukan, khususnya melalui program Gerbang dan publikasi aktif oleh Waka Humas. Keberhasilan program ini membuat banyak orang tua dan calon siswa tertarik untuk mendaftar, karena melihat nilai tambah dalam pembelajaran di MTsN 1 Banyuwangi yang tidak hanya berfokus pada akademik tetapi juga pengembangan keterampilan global. Dampaknya meningkatnya jumlah pendaftar dalam

PPDB setiap tahunnya, karena semakin banyak calon siswa dan orang tua yang mengetahui keunggulan MTsN 1 Banyuwangi.

“Tahun kemaren dan tahun ini, kita melihat ada peningkatan jumlah pendaftar PPDB. Pokoknya sejak kita posting Gerbang. Nah, berarti menunjukkan bahwa semakin banyak orang tua dan calon siswa yang tertarik dengan MTsN 1 Banyuwangi. Kita juga sangat aktif memposting melalui media social. Dengan posting rutin mengenai program unggulan, prestasi siswa, serta lingkungan pendidikan yang kondusif, semakin banyak orang tua yang mengetahui keunggulan MTsN 1 Banyuwangi. Mereka merasa yakin bahwa madrasah ini adalah pilihan tepat untuk anak-anak mereka.”¹²⁰

Pendapat Waka Humas didukung dan dikuatkan secara data oleh

Waka Penjaminan Mutu yang menjelaskan bahwasanya:

“Ya, benar sekali. Sesuai data yang kami punya ada peningkatan jumlah pendaftar setiap tahun. Berdasarkan data, tahun ajaran 2023/2024 jumlah pendaftar mencapai 399 siswa, meningkat menjadi 427 siswa di tahun ajaran 2024/2025, dan tahun ajaran 2025/2026 naik lagi menjadi 454 siswa. Nah, ini menunjukkan semakin tingginya minat calon siswa dan orang tua terhadap MTsN 1 Banyuwangi.”¹²¹

NO. URUT	NAMA SISWA	SEKOLAH ASAL
405	INDAH WAHDATUL IANNAH	MI MIYTAHUL HUDA
406	ZAFRA SMITH	SDI AL KHAIRIYAH
407	AIRIN DWI HPP	SDI AL KHAIRIYAH
408	AHMAD RAFIF AK	SDIT AL-QOMAR
409	NAJWA FITRI A	SDI AL KHAIRIYAH
410	BIFAM IDLAH MUHAMMADAN	SDI AL KHAIRIYAH
411	FAIRI QINDY	SDI AL KHAIRIYAH
412	HANI VALENT K	SDI AL KHAIRIYAH
413	NOER TRI PRASETYO	SDN 1 PAKIS
414	HARIZ AL JABBAR	SDN 1 MOJOPANGGUNG
415	YURIGE SANTICA	SDI AL KHAIRIYAH
416	AIDAN ZAYYAN H S	SDI AL KHAIRIYAH
417	NAYLA CANTIKA R	SDI AL KHAIRIYAH
418	NAILA SYIFA NUR A	SDN 2 KAMPUNG ANYAR
419	ZAKIYA AJENG PRATIWI	SDIT AL-QOMAR
420	MIRZA KHOIRUL INSAN	SDIT AL-QOMAR
421	CAHAYA AINI R	SDI AL KHAIRIYAH
422	SAYYIDAH FATIMAH A	SDIT AL-QOMAR
423	THOLIBUL QOLBI	MEN 1 BANYUWANGI
424	RAKA AZHAR N	SDI AL KHAIRIYAH
427	M. TAFTAZANI SAIF	SDIT AL-QOMAR
Total pendaftar Tahun 2024/2025:		427

Gambar 17 PPDB 2024/2025 ¹²²

¹²⁰ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

¹²¹ “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

¹²² “Dokumen MTsN 1 Banyuwangi,” n.d.

NO.URU	NAMA SISWA	SEKOLAH ASAL
436	DARA CALLISTA DIAN MEISIE	SDN 1 KETAPANG
437	KEYZA PUTRI SOFYANTI	SDN 1 KETAPANG
438	SUFI AINIATUS RHAMADANI	MI BUSTANUL MUBTADIIN
439	ALLE PRAJA RAMADANI	SDN KEPATIHAN
440	MOH. ADLYN NAZURAH	MI BUSTANUL MUBTADIIN
441	MAURA SYAQILA IRAWAN	SDN 4 PENGANJURAN
442	NURIL HAQ	SDN KEPATIHAN
443	REZHA ACHMAD A	SDIT AL-QOMAR
444	ANINDITA AZKA	SDI AL KHAIRIYAH
445	HAFIZA ALYA A	SDI AL KHAIRIYAH
446	HAFIDZ RAFIE R	MI BUSTANUL MUBTADIIN
447	MAS RASHID A	SDN 1 KETAPANG
448	RORO AJENG ALYA	SDN KEBALENAN
449	MUH. M S	SDIT AL-QOMAR
450	ANNISA QURROTA	MIN 1 BANYUWANGI
451	IBRA KEVIN	SDIT AL-QOMAR
452	MOH. ARENGGA R	SDIT AL-QOMAR
453	REXY GILANG	MI MIFTAHUL HUDA
454	MARSHA AZZAHRA	SDN 1 LATENG
Total pendaftar Tahun 2025/2026		454

Gambar 18 PPDB 2025/2026¹²³

Sejalan dengan pendapat waka humas dan waka penjaminan mutu, kepala madrasah juga berpendapat bahwasanya:

“Memang betul mbak, malahan di tahun 2025 ini kami melakukan strategi pembatasan jumlah pendaftar agar kelas tidak gemuk. Kami ingin menjaga kualitas pembelajaran serta keseimbangan antara jumlah siswa dengan fasilitas yang tersedia. Maka, seleksi dengan lebih ketat, yang diterima benar-benar sesuai. pendaftar tidak hanya berasal dari Banyuwangi, tetapi juga dari berbagai daerah lain seperti Bali, Nganjuk, Tulungagung, dan beberapa kota lainnya.”¹²⁴

MTsN 1 Banyuwangi terus berkembang sebagai madrasah unggulan yang diminati calon siswa dari berbagai daerah. Program Gerbang yang memperkuat keterampilan bahasa asing dan menjadi strategi publikasi yang aktif telah meningkatkan kepercayaan masyarakat, terbukti dengan lonjakan jumlah pendaftar setiap tahun. Untuk menjaga kualitas pembelajaran, madrasah menerapkan pembatasan jumlah siswa, memastikan setiap peserta didik mendapatkan pendidikan yang optimal.

¹²³ “Dokumen MTsN 1 Banyuwangi.”

¹²⁴ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

b. Peningkatan Prestasi Siswa

Program Gerbang menjadi langkah strategis dalam meningkatkan prestasi siswa dan memperkuat *school branding*. Kemampuan berbahasa asing yang baik membuka peluang bagi siswa untuk berpartisipasi dalam kompetisi akademik. Sehingga semakin mengukuhkan *school branding* dan juga memperkuat identitas madrasah sebagai madrasah yang adaptif terhadap perkembangan era. Dengan meningkatnya reputasi madrasah sebagai madrasah yang mendukung penguasaan bahasa asing, MTsN 1 Banyuwangi semakin dikenal sebagai tempat yang menghasilkan generasi berkualitas.

“..... Program Gerbang telah membawa dampak besar terhadap perkembangan akademik siswa, terutama dalam bidang kebahasaan. Adanya program ini, siswa terbiasa menggunakan bahasa asing dalam sehari-hari, Mereka lebih percaya diri dalam berbicara bahasa asing, yang tentunya menjadi keunggulan saat mengikuti kompetisi kebahasaan. Seperti contoh perlombaan story telling, pidato bahasa asing, dll yang membutuhkan pembiasaan pelafalan bahasa asing.”¹²⁵



Keberhasilan ini menunjukkan bakat dan kemampuan luar biasa siswa MTsN 1 Banyuwangi, sekaligus menjadi bukti dedikasi sekolah dalam membimbing siswa mencapai prestasi terbaiknya.

“Kami sangat bangga dengan pencapaian siswa-siswi ini. Semoga prestasi mereka dapat menjadi inspirasi bagi teman-teman lainnya,” ungkap salah satu guru pembimbing yang mendampingi siswa dalam ajang tersebut.

Gambar 19 Juara Story Telling

¹²⁵ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 20 Januari 2025.”

Keberhasilan siswa dalam berbagai kompetisi kebahasaan menjadi bukti nyata efektivitas program Gerbang dalam meningkatkan kemampuan bahasa asing. Dengan pembiasaan secara konsisten, siswa tidak hanya mampu memahami bahasa asing dengan baik tetapi juga tampil percaya diri saat berkompetisi. Prestasi yang diraih dalam lomba seperti *storytelling* dan pidato bahasa asing tidak hanya menunjukkan perkembangan akademik, tetapi juga turut memperkuat *school branding* sebagai madrasah unggul bidang kebahasaan.

LAPORAN PRESTASI SISWA AKADEMIK							
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1 BANYUWANGI							
TAHUN 2024 DAN 2025							
NO	KEJUARAAN	NAMA	BIDANG	HASIL	TINGKAT	PENYELENGGARA	TAHUN
1	LOMBA HUT RI KE 79	MANSYA TAULADANI	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 1	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		ANDRI RAMADAN	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 2	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		FAJAR RIZKY SANJAYA	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 3	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		KHANZA PUTRI NAFISHA	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 1	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		NADYA ATIQA PRATAMA	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 2	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		BASYASYA NAYLA ARIKANA	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 3	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
2	LOMBA HUT RI KE 79	WAHID ASYF ZAKI	PIDATO BHS ARAB	JUARA 1	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		WAYAN ALAN WAFI	PIDATO BHS ARAB	JUARA 2	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		MIRZA SURYA MUMTAZ	PIDATO BHS ARAB	JUARA 3	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		BERLIAN DWI RAHMA JASMINE	PIDATO BHS ARAB	JUARA 1	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		NABILA MARSYA ZAHWA	PIDATO BHS ARAB	JUARA 2	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
		AISYAH KHOIRUMI ALIF SYAHRI A	PIDATO BHS ARAB	JUARA 3	MADRASAH	MTSN 1 BANYUWANGI	2024
3	OLIMPIADE GYPEM	NADIA BARIQ	OLIMPIADE BHS INGGRIS	MEDALI PERAK	JAWA & BALI	MAN 3 BANYUWANGI	2024
		KUNY QONITA	OLIMPIADE BHS INGGRIS	MEDALI PERunggu	JAWA & BALI	MAN 3 BANYUWANGI	2024
4	KSM LOMBA PIDATO	NADYA ATIQA PRATAMA	PIDATO BHS INGGRIS	JUARA 3	KABUPATEN	KEMENAG BANYUWANGI	2025
5	M1BF	AMIRAH ZAYANAFULLAH AL-GAF	STORY TELLING	JUARA 2	KABUPATEN	MAN 1 BANYUWANGI	2025

Gambar 20 Prestasi Bahasa Siswa

Pernyataan Bapak Kepala didukung dan ditambahkan oleh Waka penjaminan mutu yang menyatakan bahwasanya:

“ Benar mbak, siswa semakin semangat untuk membiasakan berbiacara Bahasa asing. Prestasi akademik kebahasaan juga bertambah. Bukan hanya dalam aspek pelafalan Bahasa asing saja, perlombaan tulis seperti olimpiade juga siswa kami menjuarainya bahkan ada yang mendapatkan medali perak dan medali perunggu

di olimpiade Bahasa Inggris tingkat Jawa dan Bali yaitu Nadia dan Kuny pada acara olimpiade GYPEM. Tidak hanya itu saja, saya kan juga selalu aktif menanyakan bagaimana potensi dan perkembangan anak-anak kepada masing-masing guru. Secara keseluruhan guru mengatakan nilai anak-anak pada bidang Bahasa asing semakin meningkat. Yang dulu masih banyak yang kurang dan tertinggal. Karena sudah memiliki keterikatan belajar Bahasa asing, ya mereka secara gak sadar sudah mau belajar Bahasa asing. Mangkanya banyak perkembangan peningkatan nilai di mata pelajaran. Nah, adanya program ini secara tidak langsung dapat menunjang kurikulum Pendidikan.”¹²⁶

Sejalan dengan argument Bapak Kepala dan Ibu Inun, dikuatkan argument yang dinyatakan oleh Ketua Koordinator gerbang yang menyatakan bahwasanya:

“Kami selaku pembimbing dan pengelola program gerbang juga terbuka kepada siswa, jadi kalau ada siswa yang hendak mengikuti perlombaan diluar informasi madrasah, tetap kita bina tetap kita latih. Karena ketika menang, nama madrasah akan ikut naik. Apalagi yang perlombaan yang memang madrasah yang menginformasikan, kita siap mengajarnya. Berbagai upaya kami lakukan agar madrasah ini dikenal oleh masyarakat bahwasanya madrasah bukan hanya pandai dalam ilmu agama tetapi juga madrasah yang mampu bersaing dengan dunia luar dengan memberikan bekal kemahiran berbahasa asing.”¹²⁷

Dengan prestasi yang diraih siswa melalui program Gerbang, terbukti bahwa pembiasaan berbahasa asing memberikan dampak positif dalam peningkatan kualitas akademik dan daya saing. Keberhasilan dalam berbagai kompetisi kebahasaan, semakin memperkuat *school branding* sebagai madrasah unggulan. Dukungan penuh dari tenaga pengajar, pendampingan intensif, serta semangat siswa terus belajar dan

¹²⁶ “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 22 April 2025.”

¹²⁷ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 12 Februari 2025.”

berkompetisi menjadikan program ini sebagai salah satu elemen penting dalam meningkatkan reputasi madrasah di mata masyarakat. Ketertarikan siswa terhadap program gerbang ini dapat meningkatkan nilai mata pelajaran Bahasa asing dan sangat menunjang dan mendukung tercapainya tujuan kurikulum.

c. Peningkatan Reputasi Madrasah: Madrasah Unggul

MTsN 1 Banyuwangi telah mencapai pencapaian luar biasa dengan dinobatkan sebagai madrasah unggulan oleh Kemenag Banyuwangi. Penghargaan ini bukti nyata komitmen madrasah dalam memberikan pendidikan berkualitas dan membentuk generasi yang tidak hanya unggul dalam ilmu agama tetapi juga memiliki kemampuan akademik yang luar biasa. Dengan berbagai inovasi pembelajaran, program unggulan, serta keberhasilan siswa dalam beragam kompetisi akademik dan kebahasaan, madrasah ini semakin memperkuat posisinya sebagai madrasah yang berdaya saing tinggi.

“Saya selaku kepala madrasah merasa kaget dan bangga dengan adanya predikat yang diberikan oleh Kantor kemenag Banyuwangi sebagai madrasah unggulan. Terlebih alasan predikat ini melekat di madrasah khususnya dalam bidang Bahasa karena adanya program gerbang. Nah, madrasah ini menjadi madrasah yang pertama kali menerapkan program gerbang. Dan humas kita aktif dalam memposting sehingga terdengar hingga ke kantor kemenag. Dan pihak kemenag mengapresiasi dan memberikan pujian atas upaya yang dilakukan oleh guru madrasah atas program gerbangnya. Dan pihak kemenag juga memberikan saran agar madrasah yang lain untuk meniru dan mencontoh MTsN 1 Banyuwangi.”¹²⁸

¹²⁸ “Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah, Munawar Effendi, S.Pd. M.Pd.I. Pada Tanggal 10 Februari 2025.”



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI
 Jalan Adi Sucipto Nomor 112 Sobo Banyuwangi
 Telepon (0333) 421349 ; Faksimile (0333) 421349
 Website : <http://banyuwangi.kemenag.go.id> Email : kabbanyuwangi@kemenag.go.id

SURAT KEPUTUSAN
 KEPALA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI
 NOMOR : 107 TAHUN 2024

TENTANG
 PENETAPAN MADRASAH TSANAWIYAH (MTs) NEGERI 1 BANYUWANGI
 SEBAGAI MADRASAH UNGGULAN DENGAN KLASIFIKASI BIDANG MATEMATIKA, ILMU
 PENGETAHUAN ALAM (IPA), ILMU PENGETAHUAN SOSIAL (IPS), BAHASA, OLAHRAGA
 DAN SENI, AGAMA/TAHFIDZ DAN INFORMATIKA
 DI LINGKUNGAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI

Gambar 21 SK Kemenag Banyuwangi No. 107 Tahun 2024

SK Kemenag Banyuwangi No. 107 Tahun 2024 menetapkan MTsN 1 Banyuwangi sebagai Madrasah Unggulan berdasarkan klasifikasi beberapa bidang salah satunya adalah Bahasa. Penetapan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan tata kelola administrasi pendidikan, pengembangan sarana prasarana, serta sistem pembelajaran berbasis digital agar selaras dengan perkembangan zaman.

Keputusan ini juga mencakup mekanisme pendampingan, monitoring, dan evaluasi secara berkala oleh pihak Kemenag Banyuwangi guna memastikan efektivitas penyelenggaraan madrasah unggulan tersebut. Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal penetapan, yaitu 5 Maret 2024. Dengan adanya keputusan ini, diharapkan MTs Negeri 1 Banyuwangi mampu mempertahankan serta meningkatkan reputasinya sebagai madrasah unggulan di lingkungan Kemenag Banyuwangi.

“Saya pribadi merasa bangga dengan adanya predikat ini. Tapi bukan berarti kita merasa puas dengan predikatnya justru kita harus lebih ekstra dalam mengelola program gerbang ini, harus lebih banyak inovasi yang kita lakukan. Karena apa? Kita menjadi percontohan oleh orang lain. Ketika saya mendapatkan tugas luar madrasah dan melakukan kunjungan di madrasah lain luar kota,

saya juga memanfaatkan waktu untuk mencari tahu bagaimana cara mengelola program madrasah agar mudah diterima di hati siswa dan konsisten tetap dilakukan. Untuk sekedar menciptakan program itu mudah, tapi yang susah itu kominten untuk menerapkannya.”¹²⁹

Sejalan dengan pendapat dari Bapak Kepala dan Ketua Koordinator Humas, Waka Penjaminan Mutu juga berpendapat bahwasanya:

“Pihak Kemenag Banyuwangi sangat mengapresiasi upaya yang telah dilakukan oleh madrasah, khususnya dalam implementasi program Gerbang yang menjadi pionir di Kabupaten Banyuwangi. Mereka memberikan pujian atas kerja keras seluruh warga MTsN 1 dan mendorong madrasah lain untuk meniru langkah yang telah kami ambil. Pengakuan ini semakin memotivasi kami untuk terus berinovasi dan memastikan bahwa MTsN 1 Banyuwangi dapat menjadi contoh dalam peningkatan mutu pendidikan madrasah..”¹³⁰

Dengan pencapaian luar biasa ini, semakin memperkuat posisi madrasah sebagai madrasah unggulan yang mampu mencetak lulusan berkualitas dan berdaya saing tinggi. Sebagai madrasah percontohan dalam penerapan program Gerbang, MTsN 1 Banyuwangi memiliki tanggung jawab besar untuk terus mengembangkan program lebih baik dan menjaga konsistensi. Predikat madrasah unggulan bukan hanya sebuah prestasi, tetapi juga tantangan untuk terus berinovasi dan menginspirasi madrasah lain dalam meningkatkan mutu pendidikan. Dengan semangat yang tinggi dan kerja sama dari seluruh pihak, MTsN 1

¹²⁹ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator Gerbang, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 15 Januari 2025.”

¹³⁰ “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 22 April 2025.”

Banyuwangi harus mempertahankan serta memperluas keberhasilan ini demi menciptakan generasi madrasah yang berilmu, berkarakter, dan siap menghadapi tantangan masa depan.

d. Meningkatnya Percaya Diri Siswa

Dalam menghadapi tantangan globalisasi, penguasaan bahasa asing menjadi aspek penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. MTsN 1 Banyuwangi mengambil langkah strategis dengan mengimplementasikan Program Gerbang yang bertujuan untuk membangun budaya berbahasa asing khususnya bahasa Inggris dan Arab di kalangan siswa. Dampak program ini adalah meningkatnya rasa percaya diri dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia luar, memberikan motivasi dan kebanggaan tersendiri bagi siswa. Saat siswa mampu memahami dan berbicara dengan lancar, mereka merasa siap berkompetisi dalam berbagai ajang, seperti lomba debat, pidato bahasa asing, maupun story telling. Keberhasilan ini semakin memperkuat rasa percaya diri mereka dalam menghadapi tantangan akademik dan sosial. Kepercayaan diri yang meningkat ini menjadi salah satu faktor utama dalam kesuksesan akademik.

Dampak meningkatnya rasa percaya diri siswa juga terlihat dalam kehidupan sehari-hari. Mereka lebih nyaman berinteraksi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda melalui media sosial. Kemampuan berbahasa asing menjadi modal berharga yang

memungkinkan mereka untuk memperluas wawasan dan menciptakan peluang baru di masa depan.

“Saya sempat mendengar kalau anak-anak bercerita mulai berkenalan dengan warga asing lewat media social dengan alasan pengen bisa berinteraksi dengan orang luar negeri. Gak cuma itu, saya juga pernah mendengar cerita dari wali murid kalau anak-anaknya dan temen-temannya mulai berani berinteraksi dengan turis..”¹³¹

Pendapat dari Mrs. Wendy dan Bapak Ghani dikuatkan dengan pendapat waka mutu yang menjelaskan bahwasanya:

“Saya juga kaget ketika saya mengajar dan saya suruh presentasi. Anak-anak justru yang mengusulkan, presentasi berbahasa asing. Nah, sejak itu juga mulai terbiasa menggunakan Bahasa Inggris walau masih dicampur dengan Bahasa Indonesia tapi saya sangat mengapresiasi proses belajar mereka. Tidak perlu benar *grammarnya* yang penting yang berbicara dan lawan bicaranya sama-sama paham itu sudah bagus untuk anak jenjang MTs.”¹³²

Program Gerbang memberikan kesempatan siswa untuk terbiasa menggunakan bahasa asing dalam berbagai situasi, baik di dalam maupun di luar kelas. Dengan latihan yang konsisten, siswa tidak hanya mengembangkan keterampilan bahasa mereka, tetapi juga mengurangi rasa canggung dan ketakutan saat berbicara di depan umum. Mereka semakin berani mengekspresikan diri, baik dalam diskusi kelompok, presentasi, maupun dalam kegiatan yang berkaitan dengan bahasa asing.

“Saya dulu malu, ya canggung, ya takut salah kalo ngomong Bahasa asing. Tapi sejak adanya program gerbang ini, semua anak membiasakan ngomong Bahasa Inggris juga jadi banyak

¹³¹ “Hasil Wawancara Dengan Ketua Koordinator *Gerbang*, Bapak Abdul Ghani M.Pd.I Pada Tanggal 12 Februari 2025.”

¹³² “Hasil Wawancara Dengan Waka Penjaminan Mutu, Ibu Inun Fitriyani, S.Pd., M.Si. Pada Tanggal 10 Maret 2025.”

temennya. Dari terbiasa ngomong Bahasa Inggris di sekolah, rasa percaya diri kayaknya tumbuh dengan sendirinya. Saya ingat kalau jangan takut mencoba. Salah penuturan gak masalah, yang terpenting lawan bicaramu paham apa yang kamu omongin. Saya dan teman-teman juga sangat bersemangat ingin sekali masuk frame yang di posting di media social sekolah selaku siswa berprestasi. Dan juga ingin masuk video gerbang yang di posting sama sekolah.”¹³³

Program Gerbang telah memberikan dampak luar biasa bagi siswa, terutama dalam membangun kepercayaan diri mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan berbagai kalangan. Hingga keberanian berinteraksi dengan turis, semua menunjukkan bahwa perubahan ini bukan sekadar teori, melainkan nyata dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan dukungan dari lingkungan sekolah dan keluarga, siswa semakin berani mengembangkan kemampuan mereka, baik secara akademik maupun sosial.

e. Meningkatnya Follower Media Sosial

Program Gerbang membawa banyak perubahan positif, salah satunya adalah meningkatnya jumlah pengikut di media sosial madrasah. Meningkatnya jumlah pengikut juga membawa tantangan tersendiri. Konten yang dipublikasikan harus tetap berkualitas, autentik, dan relevan agar mempertahankan kepercayaan dan loyalitas audiens. Selain itu, manajemen interaksi dengan follower juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan untuk menjaga hubungan yang positif di dunia digital.

¹³³ “Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025.”



Gambar 22 Akun Instagram Madrasah



Gambar 23 Akun Tiktok Madrasah

“Selama saya menjadi Waka Humas, menurut saya penambahan followers itu ketika setelah posting Gerbang. Menurut saya, Banyuwangi masih minim yang menerapkan program Bahasa seperti Gerbang seperti ini. Kalau ekstra Bahasa kan sudah banyak. Selain itu, mungkin karena konsisten memposting. Disamping kita juga selalu share di grup. Dan semua guru selalu kompak ikut memposting di media social masing-masing. Kan didalam video ada nama akun madrasah.”¹³⁴

Pendapat Bapak Hisom dikuatkan dengan pendapat dari Duta

Gerbang yaitu:

"Menurut saya begini kak, kok bisa banyak followers nya itu karna video yang di posting sama sekolah itu kan didalam frame

¹³⁴ “Hasil Wawancara Dengan Waka Humas, Bapak Hisomuddin, S.Pd. Pada Tanggal 18 Maret 2025.”

video ada teman-teman yang lagi mengikuti gerbang. Nah dari situ, seumpama kayak waktu itu saya masuk di video itu. Dan orang tua saya tau video itu, langsung bertanya di posting dimana. Secara ga langsung orang tua saya langsung follow Instagram atau tiktok dari MTsN. Sama dengan orang tua dan tetangga-tetangga teman saya. Di video itu ada teman saya, tetangga saya tau pasti langsung follow karna tertarik. Dan selalu mantau kalau ada video baru yang di posting lagi. Secara tidak langsung, ketika saya masuk frame video yang di posting. Orang tua saya juga merasa bangga. Wah, anaknya bisa ngomong bahasa asing, masuk video lagi."¹³⁵

Dari kedua wawancara tersebut, peningkatan jumlah pengikut media social tidak hanya dipengaruhi oleh konsistensi dalam memposting konten, tetapi juga oleh keterlibatan langsung dari siswa, orang tua, dan komunitas sekitar. Upaya *school branding* melalui program Gerbang masih tergolong unik di daerahnya. Konsistensi dalam membagikan konten, dukungan dari para guru, serta penyebaran luas melalui grup turut berkontribusi terhadap meningkatnya eksposur akun madrasah. Bahkan, efek viral yang dihasilkan dari unggahan TikTok membuat informasi mengenai program ini menjangkau masyarakat luar kota.

Tidak hanya itu, peningkatan jumlah pengikut dipengaruhi unsur kedekatan emosional dan kebanggaan personal. Ketika siswa muncul dalam video yang diunggah, orang tua dan tetangga merasa terdorong untuk mengikuti akun madrasah untuk melihat perkembangan anak-anak mereka. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya kualitas konten yang berperan, tetapi juga keterlibatan sosial dan kebanggaan komunitas

¹³⁵ "Hasil Wawancara Dengan Duta Gerbang Inggris, Amalina Khansa Raissa Pada Tanggal 21 April 2025."

terhadap pencapaian siswa. Dengan kombinasi strategi *branding* digital yang kuat dan keterlibatan aktif dari warga madrasah, program Gerbang berhasil menarik perhatian lebih banyak orang, membangun reputasi yang lebih baik, serta meningkatkan interaksi di media sosial.

Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan School Branding di MTsN 1 Banyuwangi				
Peningkatan Daya Tarik Calon Siswa	Peningkatan Prestasi Siswa	Peningkatan Reputasi Madrasah: Madrasah Unggul	Meningkatnya Percaya Diri Siswa	Meningkatnya Follower Media Sosial

Gambar 24 Implikasi Program Gerbang

C. HASIL PENELITIAN

1. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi

a. Tahap Pertama: Pendefinisian Masalah dan Peluang

Hasil penelitian pada tahap ini adalah dilakukannya pendefinisian masalah dan peluang secara strategis dan sistematis. Hal ini dapat dibuktikan humas madrasah dapat mengetahui masalah-masalah yang ada dan sekaligus peluang yang dimiliki madrasah. Khususnya pada proses pendefinisian masalah dan peluang dalam upaya peningkatan *school branding* melalui program gerbang. Melihat secara keseluruhan bahwasanya terdapat beberapa masalah di madrasah seperti minat siswa terhadap bahasa yang rendah, minimnya kesadaran orang tua, dan juga adanya persaingan dengan madrasah lainnya yaitu dengan membuat

program ciri khas dengan *brand* nama Gerbang dengan simbol pintu menuju dunia baru. Dengan motto “Bahasa Asing: Dari Minat Jadi Prestasi”. Program ini mengedepankan core values berupa keberanian berbicara Bahasa asing. dan target audient nya adalah siswa dan orang tua. Persona program gerbang ini secara menarik dan kolaboratif. Suara dan gaya bahasa yang digunakan secara edukatif tetapi tidak menggurui, akrab dan membangun semangat. Disamping itu juga dapat didefinisikan peluangnya berupa adanya dukungan kuat dari pihak kementerian agama Kabupaten Banyuwangi, yang menjadikan power besar untuk MTsN 1 Banyuwangi. Dan juga adanya SDM Profesional dengan kualifikasi tinggi.

b. Tahap Kedua: Perencanaan

Perencanaan dilakukan dengan secara terstruktur. Diawali dengan melakukan rapat dengan prinsip transparansi. Didalam rapat perencanaan membahas beberapa hal seperti penyusunan program kerja, menjalin kerjasama dengan ELC, menjalin kerjasama dengan masyarakat, penyusunan pelaksanaan program Gerbang dengan pembaruan prosedur pelaksanaan , dan penyusunan strategi publikasi untuk meningkatkan visibilitas dan *branding* melalui pengelolaan konten dan publikasi. Rapat akbar dengan wali murid, masyarakat, dan komite diadakan setahun dua kali, sementara rapat internal guru dilakukan lebih sering tanpa jadwal tetap demi kelancaran koordinasi.

c. Tahap Ketiga: Pelaksanaan

Pelaksanaan gerbang dilakukan secara rutin setiap hari, senin hingga jumat. Dengan jadwal senin English, selasa Arabic, rabu English, kamis Arabic, dan untuk jumat pada minggu pertama hingga minggu ketiga English, dan untuk minggu keempat itu Arabic. Program gerbang dilaksanakan setiap jam 05.50-06.50. para guru, coordinator gerbang, duta gerbang standby di halaman madrasah. Bagi yang berprestasi akan mendapatkan reward. Adapun inovasi kegiatannya yaitu kedatangan turis dan pihak UIN Malang, camping language, upacara berbahasa asing. Sedangkan pelaksanaan publikasi dilakukan secara konsisten sesuai dengan apa yang sedang diadakan di madrasah. Di hari tersebut ada acara yang dilaksanakan, dan di hari itu juga proses edit dan publikasi dilakukan di web resmi, ig, fb, tiktok dan youtube.

d. Tahap Keempat: Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan secara berkala melalui monitoring langsung dan umpan balik dari warga madrasah dan pihak kementerian agama. Sekaligus perbaikan strategi dengan mencukupi kebutuhan sarana dan penambahan inovasi kegiatan didalam program gerbang dan peningkatan kualitas guru dan duta Gerbang.

2. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Pada Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)

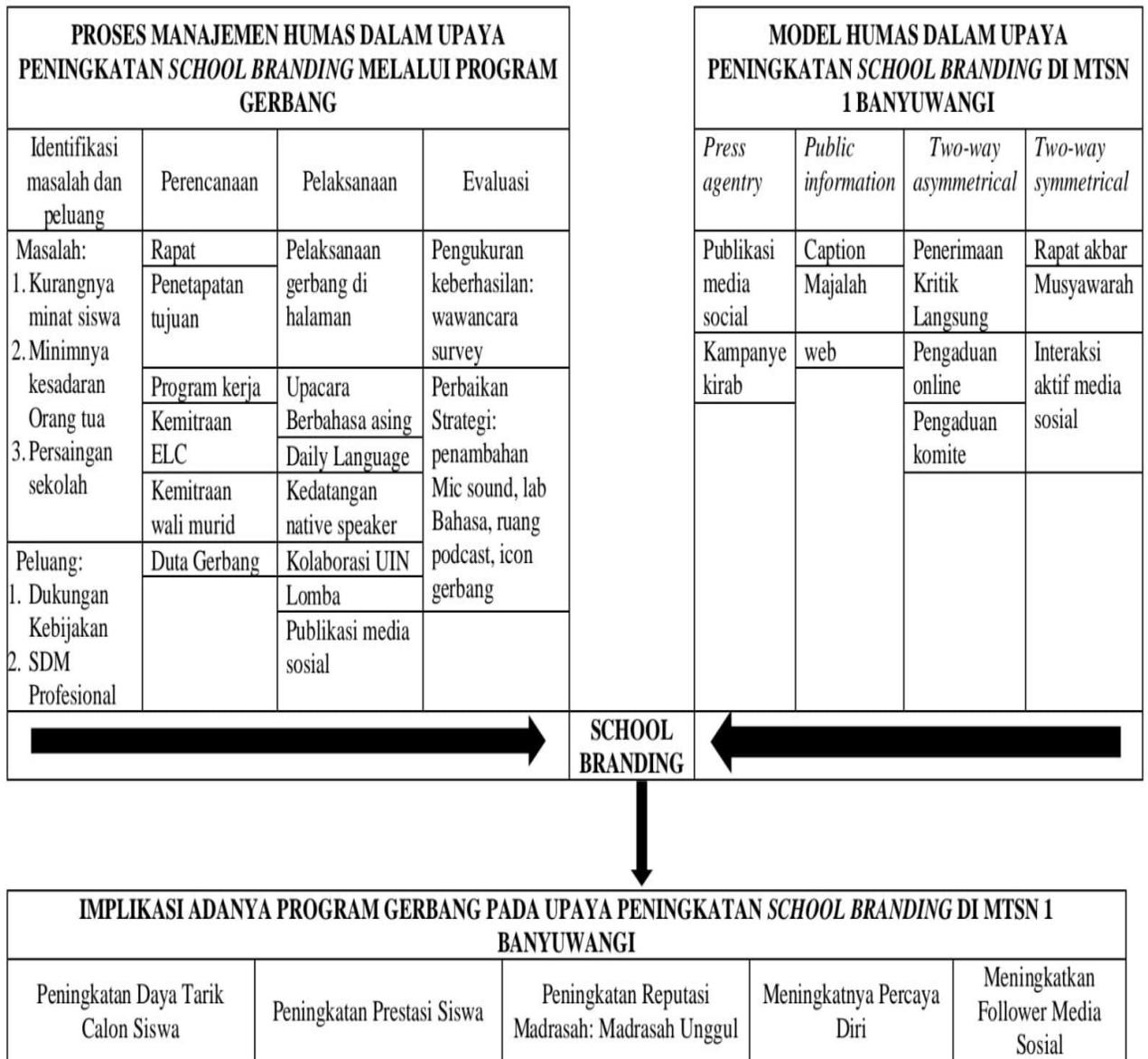
Model humas yang sesuai untuk diterapkan dalam upaya peningkatan *school branding* pada program Gerbang itu ada dua yaitu model *public*

information dan *two-way symmetric*. Model *public information* untuk memastikan transparansi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, terutama terkait program Gerbang. Dengan memanfaatkan berbagai media seperti website, majalah, dan media social yang disertai caption atau keterangan. Komitmen terhadap prinsip keterbukaan ini meningkatkan kepercayaan public dan tentunya mencegah kesalahpahaman. Model *two-way symmetric* dalam *school branding* dengan menekankan komunikasi dua arah antara madrasah dan masyarakat. Melalui rapat akbar, diskusi terbuka, serta interaksi aktif di media sosial, madrasah menerima masukan dan menyesuaikan kebijakan sesuai kebutuhan siswa, orang tua, dan lingkungan pendidikan. Pendekatan ini memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, dan memastikan program Gerbang terus berkembang secara responsif.

3. Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan *School Branding* di MTsN 1 Banyuwangi

Implikasi dari strategi ini adalah meningkatnya kepercayaan public, dengan dibuktikan dengan adanya peningkatan daya tarik calon siswa. Peningkatan jumlah pendaftar PPDB dari 399 siswa di 2023/2024, 427 siswa di 2024/2025, hingga 454 siswa di 2025/2026. Pendaftar bukan hanya wilayah local, tetapi juga dari luar kota. Peningkatan prestasi siswa, pencapaian siswa dalam kompetisi bahasa asing, nilai ujian bahasa asing lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, berhasil meraih juara dalam berbagai lomba olimpiade, pidato, debat, dan *storytelling* berbahasa asing.

Peningkatan reputasi madrasah menjadi madrasah unggul sebagaimana diakui dalam SK Kepala Kemenag Banyuwangi No. 107 Tahun 2024 pada 5 Maret 2024. Publikasi aktif oleh humas di berbagai platform media sosial semakin memperkuat *school branding*. Dengan pendampingan dan evaluasi rutin dari Kemenag Banyuwangi, MTsN 1 Banyuwangi berkomitmen untuk terus mempertahankan reputasinya sebagai madrasah unggulan yang berdaya saing tinggi serta menjadi panutan bagi madrasah lainnya. Meningkatnya percaya diri siswa, presentasi Bahasa Inggris, berkomunikasi dan berinteraksi dengan berbagai kalangan, menerapkan Bahasa asing setiap hari, hingga keberanian berinteraksi dengan turis. Perluasan jangkauan promosi secara berkelanjutan dapat meningkatnya follower media sosial madrasah.



Gambar 25 Ringkasan Keseluruhan Fokus Penelitian

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan pembahasan tentang temuan penelitian terkait Di MTsN 1 Banyuwangi. Terdapat tiga pembahasan pada bab ini, yaitu:

A. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi

1. Tahap Pertama: Pendefinisian Masalah dan Peluang

a. Masalah

Kurangnya minat siswa terhadap bahasa asing menjadi tantangan dalam pembelajaran, memengaruhi keterlibatan di kelas, evaluasi akademik, dan partisipasi dalam kompetisi. Hambatan utama berasal dari persepsi bahwa bahasa asing sulit, meskipun berbagai inovasi telah diterapkan. Hal tersebut sesuai dengan penuturan Mrs. Wendy dan Kepala Madrasah bahwa inovasi dalam pembelajaran di kelas tetap tidak menarik dimata siswa karena siswa memiliki mindset bahasa asing itu susah. Dan dikuatkan dengan penuturan Khansa bahwa bosan, takut salah, dan susah ketika pembelajaran bahasa asing.

Menurut teori Krashen, motivasi dan lingkungan yang mendukung berperan penting dalam keberhasilan pembelajaran bahasa asing.¹³⁶ Selain

¹³⁶ Pauzan Pauzan, "Theory in Second Language Acquisition (Recognition of Concepts Toward Krashen's Second Language Acquisition Theory for Five Main Hypotheses)," *Journal on Education* 6, no. 4 (2024): 20876–88, <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6210>.

itu, model pembelajaran bahasa asing seperti model *paul nation* dan model *swain* menekankan pentingnya pendekatan interaktif dan praktik langsung dalam meningkatkan keterampilan berbahasa.¹³⁷ Dengan metode variatif dan berbasis praktik dapat meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa. Maka, madrasah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif melalui program Gerbang dengan metode interaktif dan menarik agar membangun antusiasme siswa.

Masalah selanjutnya yaitu pola pikir sebagian orang tua lebih mengutamakan mata pelajaran seperti matematika dan IPA dibandingkan bahasa asing berdampak pada kurangnya dukungan terhadap pembelajaran bahasa asing bagi anak. Sesuai dengan penuturan Bapak Ghani dan Ibu Inun yang menyebutkan bahwa wali murid kerap protes dengan perolehan nilai bahasa asing yang rendah, namun tidak didukung dengan memberikan les bahasa asing justru memilih les MTK dan IPA. Mindset orang tua bahwa IPA memiliki prospek kerja bagus.

Hal ini sejalan dengan teori *parent involvement* dari Epstein, yang menekankan bahwa keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak, termasuk dalam memberikan motivasi dan fasilitas tambahan, berpengaruh signifikan terhadap hasil belajar.¹³⁸ Kurangnya dukungan ini dapat menghambat perkembangan keterampilan komunikasi siswa.

¹³⁷ Hanna Sundari, "Model-Model Pembelajaran Dan Pemefolehan Bahasa Kedua/Asing," *Jurnal Pujangga* 1, no. 2 (2015): 106–17.

¹³⁸ Marissa Putri Lutfiatin and Stephani Raihana Hamdan, "Parental Involvement Pada Orang Tua Dengan Anak Slow Learner Di Bandung," *Jurnal Psikologi Malahayati* 3, no. 2 (2021): 63–73.

Padahal dalam era globalisasi, kemampuan berbahasa asing menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing individu.

Menurut penelitian lain menyebutkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak berkontribusi terhadap peningkatan motivasi dan prestasi akademik.¹³⁹ Selain itu, buku teori-teori pendidikan juga menjelaskan bahwa pendidikan tidak hanya terbatas pada sekolah, tetapi juga melibatkan peran aktif keluarga dalam membentuk pola pikir dan kebiasaan belajar anak.¹⁴⁰ Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran orang tua akan pentingnya bahasa asing, sehingga anak dapat memperoleh dukungan yang optimal dalam proses pembelajaran.

Dalam menghadapi persaingan ketat dengan sekolah lain, madrasah perlu terus meningkatkan kualitas pendidikan dan pelayanan. Salah satu strategi yang diterapkan adalah membangun *branding* sebagai *madrasah linguistik* melalui program Gerbang, yang tetap mempertahankan identitas Islam sebagai nilai utama. Sesuai penuturan Kepala madrasah, persaingan dengan sekolah lain bukanlah hambatan atau ancaman melainkan motivasi utama untuk meningkatkan kualitas madrasah dan mampu bersaing dengan yang lain.

¹³⁹ Istianingsih Rahayu Muhammad Hasbi, Ika Budi Maryatun, Wiwik Citra Pratiwi, Murtiningsih, Nor Ilman Saputra, Devi Rahmawati, "Peran Orang Tua Dalam Program Pembelajaran," *Paudpedia.Kemdikbud.Go.Id*, 2021.

¹⁴⁰ Fitri Endang Srimulat et al., *Teori-Teori Pendidikan, Biogeosciences*, vol. 43, 2024, <http://www.unil.ch/ssp/page34569.html>.

Konsep *branding* pendidikan dalam teori *brand identity* oleh Aaker, menekankan pentingnya membangun citra yang kuat dan konsisten agar madrasah memiliki daya saing yang lebih tinggi.¹⁴¹ *Branding* yang kuat berkontribusi pada peningkatan daya saing sekolah dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan.¹⁴² *Branding* yang efektif tidak hanya meningkatkan reputasi madrasah tetapi juga menarik minat siswa dan masyarakat terhadap program yang ditawarkan.

Sesuai penuturan Duta Gerbang bahwasanya memilih MTsN 1 Banyuwangi karena adanya program gerbang. Hal tersebut menunjukkan bahwa madrasah mampu bersaing dengan sekolah lain. Dengan strategi *branding* yang tepat, madrasah dapat memperkuat posisinya sebagai madrasah berkualitas yang siap menghadapi tantangan global.

b. Peluang

Program inovatif dari Kasi Pendma Kemenag Banyuwangi menjadi power madrasah. Kemenag memberikan program inovasi pendidikan yang bertujuan untuk diterapkan di madrasah, dengan harapan bahwa lulusan madrasah mampu bersaing secara global dengan bahasa. Dukungan dari Kemenag dapat dikaitkan dengan teori kelembagaan yang dikemukakan oleh Meyer dan Rowan. Teori ini menjelaskan bahwa

¹⁴¹ Moch Zakki Mubarak, "Efektivitas Branding Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2024): 25–35, <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>.

¹⁴² Wahyu Zakaria, Ulfa Yuniati, and Euis Evi Puspitasari, "Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Strategy To Build Brand Image In Increasing The Competitiveness of Educational Institutions," *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)* 1, no. 2 (2023): 64–75, <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR/article/download/5545/1981>.

organisasi yang mendapatkan legitimasi dari institusi eksternal akan memiliki stabilitas lebih tinggi dan akses terhadap sumber daya yang lebih luas.¹⁴³ Dukungan dari Kemenag memberikan legitimasi dan otoritas bagi MTsN 1 Banyuwangi untuk mengembangkan program Gerbang secara lebih efektif, meningkatkan daya saing akademik, serta memperkuat posisi madrasah dalam sistem pendidikan nasional.

Meskipun prosedur penerapan program Gerbang tidak dijelaskan secara rinci, para guru berinisiatif untuk mengembangkan metode yang lebih menarik dan efektif. Dengan kerja sama semua pihak, madrasah berusaha menciptakan lingkungan belajar yang lebih interaktif dan mendukung, sehingga siswa lebih antusias dan memiliki keterampilan yang lebih baik untuk masa depan.

Menurut buku membangun *brand* lembaga pendidikan oleh Hikmah Dewi,¹⁴⁴ *branding institusional* mencakup strategi untuk memperkuat identitas, nilai, dan keunikan lembaga melalui program-program unggulan yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Penerapan program Gerbang mendapat dukungan kebijakan dari Kemenag Banyuwangi dapat dikategorikan sebagai bagian dari *institutional branding*. Program ini memperkuat identitas sekolah sebagai

¹⁴³ J Meyer and B Rowan, "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony," *American Journal of Sociology* 83 (1977): 340-363., <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1086/226550>.

¹⁴⁴ Hikmah Dewi Febriyanti, "Membangun Brand Lembaga Pendidikan: Konsep, Strategi, Dan Implementasi Branding Untuk Keberhasilan Lembaga Pendidikan" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim., 2024).

lembaga yang unggul dalam penguasaan bahasa asing, yang menjadi nilai jual dan pembeda di tengah persaingan antar sekolah. Hal ini sejalan dengan konsep *branding institusional* yang menekankan pada pembentukan reputasi dan persepsi positif masyarakat terhadap kualitas dan keunggulan lembaga pendidikan.

Profesionalisme guru di MTsN 1 memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Guru yang profesional tidak hanya memiliki kompetensi akademik yang tinggi, tetapi juga mampu beradaptasi dengan perubahan kurikulum dan tuntutan global. Sesuai penuturan Bapak Munawar dan Ibu Inun bahwasanya MTsN 1 Banyuwangi memiliki banyak guru ASN, PPPK, guru yang sudah menempuh PPG, dan guru yang mau mengupgrade dirinya. Dan dibuktikan dengan observasi langsung di madrasah.

Menurut teori kompetensi profesional yang dikemukakan oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, seorang guru harus memiliki kompetensi pedagogik, kepribadian, sosial, dan profesional.¹⁴⁵ Dengan seleksi ketat dalam perekrutan serta berbagai upaya pengembangan diri yang dilakukan secara mandiri, guru-guru di

¹⁴⁵ Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia, "Undang-Undang (UU) Tentang Guru Dan Dosen Nomor 14," *Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia*, 2005, 2, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang-undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-nomo>.

MTsN dapat menciptakan lingkungan belajar yang inovatif dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Keberadaan SDM berkualitas menjadikan madrasah lebih fleksibel dalam menghadapi tantangan pendidikan modern. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai strategi seperti pelatihan, penelitian, dan kompetisi akademik. Dalam buku pengembangan profesionalisme guru dijelaskan bahwa peningkatan profesionalisme guru harus dilakukan secara berkelanjutan melalui pendidikan dan pelatihan yang relevan.¹⁴⁶ Selain itu, penelitian lain menekankan bahwa profesionalisme guru berkontribusi langsung terhadap peningkatan mutu pendidikan nasional.¹⁴⁷ Hal ini sesuai dengan *internal branding* yang membentuk budaya kerja, nilai, dan etos yang mencerminkan identitas sekolah.¹⁴⁸ Profesionalisme menciptakan lingkungan belajar yang positif dan konsisten dengan nilai-nilai sekolah.

Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan SDM menjadi aspek krusial yang harus terus dilakukan agar madrasah dapat berkembang dan bersaing secara berkelanjutan. Dengan adanya guru yang profesional, madrasah dapat menjadi institusi pendidikan yang unggul dan mampu mencetak generasi yang kompetitif di tingkat global.

¹⁴⁶ Rusna Gani and Adiyana Adam, *Pengembangan Profesionalisme Guru Madrasah Tsanawiyah* (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2023).

¹⁴⁷ Syakdia Apria Ningsih, "Pentingnya Profesionalisme Guru Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis) 2*, no. 3 (2024): 288–93, <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i3.2056>.

¹⁴⁸ Dian Anggraece Sigit Parawansa, *Strategi Branding* (Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024).

2. Tahap Kedua: Perencanaan

Perencanaan dilakukan dengan rapat. Diskusi terbuka dalam pengambilan keputusan merupakan salah satu prinsip utama dalam pendidikan demokratis. Model ini mencerminkan komitmen terhadap peningkatan kualitas pendidikan serta transparansi dalam pengelolaan madrasah. Rapat akbar yang melibatkan wali murid, masyarakat, dan komite madrasah yang diadakan dua kali dalam setahun berfungsi sebagai wadah untuk menyampaikan aspirasi dan mengevaluasi program pendidikan. Sementara itu, rapat internal guru yang dilakukan lebih sering tanpa jadwal tetap bertujuan untuk memastikan koordinasi yang lancar dan responsif terhadap kebutuhan akademik serta administratif.¹⁴⁹ Buku Strategi Pembelajaran oleh Wina Sanjaya menekankan bahwa diskusi yang efektif dalam pendidikan dapat membangun budaya kolaboratif dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan.¹⁵⁰ Semangat kebersamaan dalam diskusi terbuka harus terus dijaga agar setiap program pendidikan memberikan manfaat maksimal.

Didalam perencanaan rapat juga membahas tentang kerjasama dengan ELC memberikan dampak positif dalam penguasaan bahasa asing bagi siswa serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Menurut teori interaksi sosial oleh Abdulsyani, kerjasama adalah bentuk proses sosial

¹⁴⁹ Dayu Rika Perdana, Muhammad Mona Adha, and Nur Arddiansyah, "Peningkatan Keterampilan Mengemukakan Pendapat Peserta Didik Melalui Model Problem Terbuka (Open Ended) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan," *Jurnal Rontal Keilmuan PKn* 7, no. 1 (2021): 19–28, <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/31873>.

¹⁵⁰ Nurul Afiefah, "Pembelajaran Dengan Metode Diskusi Kelas," *Jurnal Tarbawiyah* 11, no. 1 (2014): 53–65.

yang melibatkan berbagai pihak untuk mencapai tujuan bersama.¹⁵¹ Kolaborasi ELC dapat menjadi strategi *brand differentiation* yang kuat, karena menghadirkan program bahasa asing yang tidak umum dimiliki oleh sekolah lain di wilayah yang sama. Keunikan ini secara langsung membentuk *unique selling point* sekolah, menjadikannya lebih menonjol di mata orang tua dan calon siswa yang mencari nilai tambah dari madrasah. Ketika program tersebut dikemas secara eksklusif dan konsisten dipromosikan dalam identitas sekolah, dapat meningkatkan daya saing.¹⁵² Dalam konteks pendidikan, kolaborasi akademik seperti ini berperan penting dalam meningkatkan kompetensi siswa dan memperluas wawasan mereka terhadap tantangan global.

Dukungan penuh terhadap kolaborasi akademik, termasuk rencana dengan Inochi, menunjukkan komitmen madrasah dalam menghadapi tantangan pendidikan global. Hal ini sejalan dengan konsep jejaring pendidikan yang dijelaskan yang menekankan bahwa membangun jejaring kerjasama dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan memperkuat institusi pendidikan.¹⁵³ Selain itu, penelitian lain menyoroti pentingnya komunikasi dan interaksi yang baik antara madrasah dan mitra eksternal untuk

¹⁵¹ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, Dan Terapan* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994).

¹⁵² Adarsh, "School Branding: Highlighting Your Unique Edge for 2025," *Candid Schools*, 2024, <https://candidschools.com/school-branding-and-usp/>.

¹⁵³ Muhammad Ghozali, Maesaroh 2 Aulia, and Diana Devi, "Membangun Jejaring Kerjasama Dan Implementasinya Di Madrasah," *LEADERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2022): 37–45, <https://leaderia.iain-jember.ac.id/index.php/ldr/article/view/89>.

menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih efektif.¹⁵⁴ Dengan adanya program Gerbang dan rencana kolaborasi dengan Inochi, madrasah semakin menunjukkan perannya sebagai madrasah adaptif dan inovatif dalam menghadapi tantangan pendidikan modern.

Dan juga kerjasama antara madrasah, wali murid, dan masyarakat dalam program Gerbang memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif bagi siswa. Menurut teori partisipasi sosial yang dikemukakan oleh St. Rodliyah, keterlibatan masyarakat dalam pendidikan dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan memperkuat hubungan antara institusi pendidikan dan lingkungannya.¹⁵⁵ Dalam konteks ini, dukungan masyarakat dalam menghadirkan turis ke madrasah tidak hanya memperluas wawasan global siswa tetapi juga meningkatkan kemampuan bahasa asing melalui interaksi langsung.

Komunikasi yang baik dan seleksi tamu turis yang tepat menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program ini. Interaksi langsung antara siswa dan penutur asli atau turis menjadi elemen penting dalam *experiential branding* di lingkungan madrasah.¹⁵⁶ Melalui pengalaman belajar yang otentik dan kontekstual, siswa memperoleh keterampilan bahasa secara praktis. Pengalaman-pengalaman ini tidak hanya memperkaya kompetensi siswa,

¹⁵⁴ Siti Nur Athifah, "Manajemen Hubungan Madrasah/Pesantren Dengan Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Pendidikan," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 2 (2022): 58–68, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jmp/article/view/30570><http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jmp/article/download/30570/13942>.

¹⁵⁵ St Rodliyah, *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Di Sekolah* (Jember: Pustaka Pelajar ; STAIN Jember Press, 2013).

¹⁵⁶ David A. Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (Englewood Cliffs, New Jersey, Amerika Serikat: Prentice Hall, 1984).

tetapi juga membentuk *school branding*, Dengan demikian, sekolah dipersepsikan memiliki kualitas pengajaran bahasa asing yang unggul dan berdaya saing tinggi.

Dilanjutkan dengan melakukan perencanaan pelaksanaan program Gerbang telah disusun dengan berbagai pembaruan yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan daya tariknya bagi siswa. Dalam konteks program Gerbang, penyesuaian jadwal, lokasi, materi, serta keterlibatan seluruh guru menjadi langkah strategis dalam menciptakan program yang lebih terstruktur dan optimal. Dan juga dibentuk duta gerbang yang dilakukan dengan cara seleksi ketat. Kehadiran duta menjadi bentuk *character branding* yang kuat, karena mencerminkan siswa yang unggul, percaya diri, dan komunikatif.¹⁵⁷ Sosok duta ini bukan hanya mewakili kemampuan bahasa, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai *global-mindedness*. Dengan menonjolkan karakter siswa yang inspiratif ini, *school branding* sebagai lembaga yang mempersiapkan generasi internasional pun semakin menguat.

Perubahan besar dalam pengelolaan konten dan publikasi telah mendorong madrasah untuk semakin aktif dalam meningkatkan visibilitas dan *school branding*. Publikasi termasuk dalam *communication branding*,¹⁵⁸ publikasi baik dalam bentuk berita kegiatan, artikel, media sosial, maupun dokumentasi visual yang merupakan cara sekolah menyampaikan identitas,

¹⁵⁷ Judith A. Garretson and Ronald W. Niedrich, "Spokes-Characters: *Creating Character Trust and Positive Brand Attitudes*," *Journal of Advertising* 33, no. 2 (2004).

¹⁵⁸ Lluís Mas-Manchón, *Innovation in Advertising and Branding Communication* (New York: Routledge, 2020), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003009276>.

nilai, dan keunggulannya kepada publik. Ini membentuk persepsi masyarakat terhadap sekolah. Menurut teori *school branding* yang dikemukakan oleh Siswanto bukan hanya tentang memperkenalkan nama lembaga, tetapi juga membangun persepsi positif mengenai kualitas pendidikan yang diberikan.¹⁵⁹ Konsistensi dalam membagikan informasi serta keterlibatan seluruh tim humas memastikan setiap kegiatan dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat, sehingga memperkuat *school branding* sebagai madrasah unggul. Dengan sistem yang telah diperbaiki, humas madrasah dapat terus berkembang, beradaptasi dengan kemajuan teknologi, serta tetap menjadi garda terdepan dalam membangun komunikasi dan reputasi madrasah yang lebih baik.

3. Tahap Ketiga: Pelaksanaan

Program Gerbang merupakan inisiatif pembelajaran bahasa yang dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat di madrasah, dengan jadwal bergantian antara bahasa Inggris dan bahasa Arab. Kegiatan ini berlangsung pada pukul 05.50 hingga 06.50, di mana para guru, koordinator Gerbang, dan duta Gerbang bersiap di halaman madrasah untuk mendukung pelaksanaan program. Materi pembelajaran telah dibagikan sehari sebelumnya, baik pada siang maupun malam hari, guna memastikan peserta didik memiliki persiapan yang optimal. Sebagai bentuk apresiasi, siswa yang menunjukkan prestasi

¹⁵⁹ Dewi Chairun Nisa, Siswanto, and Ach. Sya'roni, *School Branding Strategi Peningkatan Mutu Input Pendidikan Islam, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11 (Malang: Madza Media, 2025), http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

dalam program ini berkesempatan mendapatkan penghargaan. Selain itu, inovasi dalam program Gerbang mencakup kunjungan turis dan pihak UIN Malang serta kegiatan "camping language" yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman belajar bahasa secara langsung.

Dalam konteks teori pembelajaran bahasa, program Gerbang dapat dikaitkan dengan teori *multiple intelligences* yang dikembangkan oleh Howard Gardner. Teori ini menekankan bahwa setiap individu memiliki kecerdasan yang berbeda-beda, termasuk kecerdasan linguistik yang dapat dikembangkan melalui interaksi dan praktik langsung.¹⁶⁰ Studi mengenai manajemen program Gerbang di beberapa institusi pendidikan menunjukkan bahwa keberhasilan program ini bergantung pada perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terstruktur, serta evaluasi berkala untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.¹⁶¹ Dengan adanya perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terstruktur, dan evaluasi berkala, program Gerbang dapat terus berkembang untuk memberikan dampak yang lebih signifikan dalam pembelajaran bahasa. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis teori dan manajemen yang efektif mampu menciptakan program pendidikan yang berkelanjutan serta relevan dengan kebutuhan siswa.

¹⁶⁰ Zainal Arifin Ahmad, "Pengembangan Model Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Teori Multiple Intelligence," *Al Mahāra: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab* 1, no. 1 (2015): 1–18, <https://doi.org/10.14421/almahara.2015.011-01>.

¹⁶¹ Baiq Laili Rahmawati, Moh. Arif AM, and Nur Kholid, "Management of the Gerbang Program (Gerakan Bahasa Asing) in Learning Arabic At an-Nur li Al-Murtadha Islamic Boarding School," *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 7, no. 1 (2023): 29–42, <https://doi.org/10.24252/idaarah.v7i1.33761>.

Pelaksanaan konten dan publikasi di MTsN 1 Banyuwangi menunjukkan penerapan strategi *school branding* yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik madrasah. *School branding* merupakan konsep yang menekankan pentingnya pencitraan sekolah melalui berbagai media, termasuk media sosial, guna membangun identitas dan meningkatkan daya tarik bagi calon peserta didik serta masyarakat luas. Dalam konteks ini, pemanfaatan platform seperti TikTok menjadi strategi yang tepat, mengingat media sosial memiliki peran besar dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu institusi pendidikan.¹⁶²

Menurut teori strategi digital marketing, keberhasilan publikasi madrasah dapat dikaitkan dengan penerapan konsep engagement, traffic, dan conversion, yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens, meningkatkan interaksi, serta mengubah ketertarikan menjadi tindakan nyata, seperti pendaftaran peserta didik baru.¹⁶³ Selain itu, teori *branding* yang dikemukakan oleh Philip Kotler menyatakan bahwa citra suatu institusi dapat dibentuk melalui komunikasi yang konsisten dan berkualitas dengan audiensnya.¹⁶⁴ Keberhasilan MTsN 1 Banyuwangi dalam membangun engagement melalui publikasi yang disiplin dan konsisten juga sejalan dengan

¹⁶² Wulandari Wulandari, Budiaman Budiaman, and Dian Alfia Purwandari, "Strategi Membangun School Branding Guna Meningkatkan Citra Sekolah Smp Negeri 281 Jakarta," *Lentera: Multidisciplinary Studies* 2, no. 3 (2024): 309–16, <https://doi.org/10.57096/lentera.v2i3.100>.

¹⁶³ Sonia Ayu Suci Saputri, Hesti Kusumaningrum, and Zahrotul Munawwaroh, "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding," *Educational Journal of Bhayangkara* 3, no. 1 (2023): 75–84, <https://doi.org/10.31599/edukarya.v3i1.2375>.

¹⁶⁴ Musyarapah, Rizky Alhidayati, and Rahmad Wahyudi, "Forming School Branding through Social Media : Educational Innovation Post Covid-19," *The 6th International Conference on Islamic Studies 2023*, 2023, 20–25, <https://proceeding.uingusdur.ac.id/index.php/icis/article/view/1484/580>.

konsep media sosial sebagai alat komunikasi strategis, di mana informasi yang cepat dan akurat dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas masyarakat terhadap madrasah. Dukungan dari para guru dalam publikasi di akun pribadi mereka turut memperkuat strategi *word-of-mouth marketing*, yang dikenal sebagai salah satu metode pemasaran paling efektif dalam membangun reputasi.¹⁶⁵ Dengan semangat inovasi dan sinergi yang kuat, publikasi madrasah semakin berkembang dan mampu menarik perhatian lebih luas, membuktikan bahwa MTsN 1 Banyuwangi terus beradaptasi dengan perkembangan digital demi menjangkau lebih banyak audiens.

4. Tahap Keempat: Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan oleh MTsN 1 Banyuwangi yaitu dengan melakukan pengukuran keberhasilan. Pengukuran keberhasilan dilakukan dengan melakukan survei dan wawancara dengan beberapa pihak diantaranya kepala madrasah, guru, wali murid, masyarakat, dan kepala kemenag kabupaten Banyuwangi. Wawancara dan kuesioner berperan dalam evaluasi pendidikan, serta bagaimana data yang diperoleh dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.¹⁶⁶ Evaluasi dapat merujuk pada konsep monitoring dan evaluasi yang dijelaskan oleh Mustofa, yang

¹⁶⁵ Rosida Damayanti, "Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023," *Skripsi* (Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq Jember, 2023), <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/15384/1/Tese.pdf>.

¹⁶⁶ Sitti Mania, "Teknik Non Tes: Telaah Atas Fungsi Wawancara Dan Kuesioner Dalam Evaluasi Pendidikan," *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan* 11, no. 1 (2008): 45–54, <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n1a4>.

menekankan siklus, tahapan, dan langkah-langkah dalam merencanakan serta melaksanakan evaluasi.¹⁶⁷

Program Gerbang terus mengalami pengembangan dengan berbagai inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan daya tariknya bagi siswa. Penambahan sarana pendukung, inovasi kegiatan, serta peningkatan kualitas guru dan duta Gerbang menjadi langkah strategis dalam menciptakan lingkungan belajar yang lebih dinamis dan adaptif. Selain itu, strategi publikasi yang diperkuat membantu membangun identitas yang lebih jelas bagi program ini, sehingga semakin dikenal sebagai model pendidikan inovatif yang berdaya guna bagi generasi mendatang.

Dalam konteks teori pendidikan inovatif, pendekatan ini sejalan dengan konsep model pembelajaran inovatif yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap kebutuhan siswa dan perkembangan zaman.¹⁶⁸ Teori ini menggarisbawahi bahwa pendidikan harus terus berkembang dengan metode yang kreatif dan berbasis teknologi agar dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan motivasi siswa. Selain itu, penelitian mengenai evaluasi program pendidikan menunjukkan bahwa keberlanjutan suatu program sangat

¹⁶⁷ M. Lutfi Mustofa, *Monitoring Dan Evaluasi : Konsep Dan Penerapannya Bagi Pembinaan Kemahasiswaan*, 2012.

¹⁶⁸ Yusawinur Barella, Wahyudin Naro, and Yuspiani, "Indonesian Research Journal on Education Model-Model Pembelajaran Inovatif Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan," *Indonesian Research Journal on Education* 4 (2024): 142–46.

bergantung pada perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terstruktur, serta evaluasi berkala untuk memastikan efektivitasnya.¹⁶⁹

Dengan evaluasi yang berkelanjutan, program Gerbang terus berkembang sebagai model pendidikan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan zaman. Dukungan dari berbagai pihak serta strategi yang matang memastikan bahwa program ini tidak hanya meningkatkan kualitas pembelajaran, tetapi juga berpotensi menjadi acuan madrasah lainnya. Dengan adanya strategi *branding* yang kuat dari tim humas, madrasah ini semakin dikenal sebagai institusi yang unggul dalam pembelajaran bahasa asing, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing siswa di tingkat nasional maupun internasional.

B. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Pada Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing)

1. Press Agency

Model *Press Agency* yang diterapkan oleh MTsN 1 Banyuwangi berfokus pada komunikasi satu arah melalui media sosial untuk membangun *brand* dan meningkatkan daya tarik madrasah. Dengan aktif memposting informasi terkait program, prestasi siswa, serta kegiatan madrasah, jumlah pengikut media sosial meningkat, menunjukkan efektivitas strategi komunikasi publik dalam memperluas jangkauan audiens. Dan juga dilakukan dengan kampanye kirab. Teori *Press Agency* yang dikemukakan oleh Grunig

¹⁶⁹ Bambang Mudjiyanto, "Metode Penelitian Evaluasi Komunikasi," *Promedia* 4, no. 1 (2018): 76–102.

dan Hunt menekankan bahwa komunikasi dalam model ini bertujuan untuk menarik perhatian publik melalui publisitas yang menarik dan persuasif.¹⁷⁰

Dalam konteks pendidikan, pendekatan ini membantu madrasah dalam membangun reputasi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program yang ditawarkan. Buku *public relations* oleh Tita Melia Milyane membahas bagaimana strategi komunikasi digital dapat memperkuat citra institusi.¹⁷¹ Dengan pendekatan ini, MTsN 1 Banyuwangi berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam membangun *branding* dan meningkatkan keterlibatan publik.

2. *Public Information*

MTsN 1 Banyuwangi menerapkan model *public information* sebagai strategi utama dalam memastikan transparansi dan akurasi penyampaian informasi kepada masyarakat, terutama terkait program Gerbang. Dengan memanfaatkan berbagai media seperti website, majalah, dan media sosial dengan pembuatan caption, madrasah berupaya menjelaskan proses, manfaat, dan capaian siswa secara rinci guna mencegah kesalahpahaman. Pendekatan ini sejalan dengan teori transparansi dalam pendidikan, yang menekankan

¹⁷⁰ Putri Melati Rolos, "Model Komunikasi Public Relations Di Pemerintah Kota Salatiga Dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt," *Jurnal InterAct* 9, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1712>.

¹⁷¹ Tita Melia Milyane, Aden Sutipermana, and Juanrico Alfaromona, *Public Relations Komuniasi Strategi, Digital Dan Bertanggung Jawab Sosial*, ed. Aas Masruroh (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021).

bahwa akses terbuka terhadap informasi dapat meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan publik terhadap madrasah.¹⁷²

Dalam konteks teori transparansi, UNESCO menekankan bahwa keterbukaan informasi dalam pendidikan dapat diwujudkan melalui berbagai mekanisme, termasuk laporan sekolah dan sistem informasi publik yang memungkinkan pemangku kepentingan memahami capaian akademik serta kebijakan pendidikan.¹⁷³ Selain itu, penelitian mengenai pengaruh transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan pendidikan menunjukkan bahwa keterbukaan informasi berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan.¹⁷⁴

Dengan komitmen terhadap keterbukaan, MTsN 1 Banyuwangi tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik tetapi juga memperkuat reputasi sebagai madrasah yang unggul dalam pendidikan berbasis bahasa asing. Langkah ini mencerminkan tren global dalam pendidikan yang semakin menekankan pentingnya akses informasi bagi masyarakat.

3. *Two-Way Asymmetric*

MTsN 1 Banyuwangi mengoptimalkan *branding* melalui program Gerbang dengan menerapkan model *two-way asymmetric*, yang berfokus pada strategi berbasis data dan komunikasi efektif. Model ini, sebagaimana

¹⁷² Shelty Deity Meity Sumual et al., "Pentingnya Sikap Transparansi Dalam Pengawasan Pendidikan," *Journal on Education* 6, no. 4 (2024): 19976–86.

¹⁷³ UNESCO, "Pelaku Nonpemerintah Dalam Pendidikan Non-State Actors Pelaku Nonpemerintah in Education Dalam Pendidikan," 2021.

¹⁷⁴ Eli Solihat and Toto Sugiharto, "Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Pendidikan Terhadap Partisipasi Orangtua Murid Di Sma Negeri 107 Jakarta," *Jurnal Ekonomi Bisnis* 14, no. 2 (2009): 135–43.

dijelaskan oleh James E. Grunig & Todd Hunt, menekankan bahwa komunikasi dalam hubungan masyarakat tidak selalu bersifat seimbang, tetapi lebih diarahkan untuk mempengaruhi audiens berdasarkan analisis data dan umpan balik yang diperoleh.¹⁷⁵

Dengan memahami ekspektasi masyarakat melalui survei, diskusi media, dan penerimaan kritik langsung, madrasah berhasil membangun *school branding* yang unggul. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik madrasah, tetapi juga memastikan bahwa program Gerbang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan minat siswa. Strategi ini sejalan dengan teori *public relations excellence*, yang menekankan pentingnya komunikasi strategis dalam membangun citra institusi pendidikan.¹⁷⁶ Dengan menerapkan model ini menjadikan wali murid dan masyarakat tidak enggan dalam menyuarakan pendapat, masukannya. Dan MTsN 1 Banyuwangi juga dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan masyarakat luas. Hal ini berdampak pada kepuasan masyarakat terhadap madrasah.

4. *Two-Way Symmetric*

MTsN 1 Banyuwangi menerapkan *model two-way symmetric* dalam *school branding*, yang menekankan komunikasi dua arah antara madrasah dan masyarakat. Melalui rapat akbar, diskusi terbuka, serta interaksi aktif di media

¹⁷⁵ Shintia Ira Claudia and Sa'diyah El Adawiyah, "Model Komunikasi Humas Dalam Literasi Media Sosial," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2024): 69–78, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2437>.

¹⁷⁶ Ido Afriadi, "Strategi Public Relations Astrido Toyota Dalam Mempertahankan Citra Mobil Toyota Calya Sebagai Mobil Low Cost Green Car," *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)* 3, no. 2 (2020): 185–98.

sosial, madrasah menerima masukan dan menyesuaikan kebijakan sesuai dengan kebutuhan siswa, orang tua, dan lingkungan pendidikan. Pendekatan ini memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, dan memastikan program Gerbang terus berkembang secara responsif.

Pendekatan *two-way symmetric* memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, dan memastikan program Gerbang terus berkembang secara responsif. Model ini juga menekankan negosiasi dan kompromi, di mana madrasah tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga bersedia menyesuaikan kebijakan berdasarkan umpan balik yang diterima.¹⁷⁷ Dengan menerapkan model ini, MTsN 1 Banyuwangi menunjukkan komitmen terhadap keterbukaan dan partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan pendidikan.

C. Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan *School Branding* di MTsN 1 Banyuwangi

1. Peningkatan Daya Tarik Calon Siswa

Program Gerbang telah berkontribusi besar dalam meningkatkan daya tarik calon siswa, yang tercermin dari peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya. Keberhasilan *branding* dan publikasi yang dilakukan oleh humas madrasah telah membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. *Branding* berfungsi sebagai alat strategis untuk

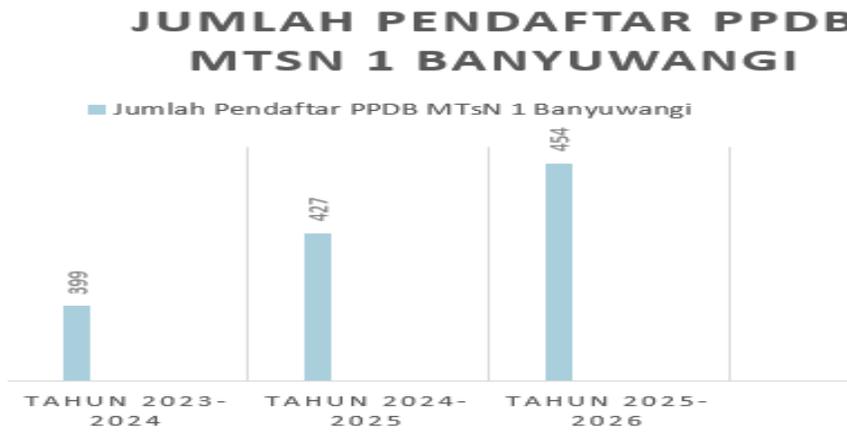
¹⁷⁷ Anne Lane, "Working at the Interface : The Descriptive Relevance of Grunig and Hunt ' s Theories to Public Relations Practices in South East Queensland Schools .," *PRism* 1, no. 1984 (2003): 1–14.

membangun persepsi positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau institusi.¹⁷⁸ Selain itu, teori David Aaker dan Kevin Keller mengenai *brand equity* menekankan bahwa kesadaran merek, loyalitas, kualitas yang dirasakan, dan asosiasi merek berperan penting dalam membentuk citra positif suatu institusi.¹⁷⁹ Dalam konteks pendidikan, penerapan strategi *branding* yang kuat dapat meningkatkan minat calon siswa dan memperkuat reputasi sekolah sebagai institusi unggulan. Studi oleh Musyarapah juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam *school branding* berperan besar dalam menarik perhatian calon siswa dan meningkatkan jumlah pendaftar.¹⁸⁰ Dengan inovasi yang berkelanjutan dan kerja sama yang luas, MTsN 1 Banyuwangi terus mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama bagi siswa yang ingin berkembang dalam lingkungan pendidikan berkualitas.

¹⁷⁸ Ashford C. Chea, "Branding: Models, Theory, Practice, and Marketing Implications," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 14, no. 5 (2024): 1150–62, <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21481>.

¹⁷⁹ Sitara Odilova, "Theoretical And Practical Aspects for Branding in Schools," *Asian Journal of Tchnology & Management Research* 12, no. 1 (2022): 229–33, http://www.ajtmr.com/papers/Vol12Issue1/Vol12Iss1_P20.pdf.

¹⁸⁰ Musyarapah, Alhidayati, and Wahyudi, "Forming School Branding through Social Media : Educational Innovation Post Covid-19."



Gambar 26 Grafik Peningkatan PPDB

2. Peningkatan Prestasi Siswa

Program Gemar Berbahasa Asing yang diterapkan di MTsN 1 Banyuwangi telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan prestasi siswa dalam berbagai aspek akademik dan non-akademik. Salah satu teori yang relevan dalam menjelaskan keberhasilan ini adalah teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura menyatakan bahwa individu belajar melalui observasi dan interaksi sosial, yang dalam konteks ini berarti bahwa siswa yang terlibat dalam lingkungan yang mendukung penggunaan bahasa asing akan lebih cepat menguasai keterampilan tersebut.¹⁸¹ Dengan adanya pembinaan intensif dari guru dan pengelola program, siswa mendapatkan kesempatan untuk berlatih secara aktif, baik dalam percakapan sehari-hari maupun dalam kompetisi akademik seperti olimpiade, pidato, debat, dan *storytelling* berbahasa asing.

¹⁸¹ Tarsono Tarsono, "Implikasi Teori Belajar Sosial (Social Learning Theory) Dari Albert Bandura Dalam Bimbingan Dan Konseling," *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi* 3, no. 1 (2018): 29–36, <https://doi.org/10.15575/psy.v3i1.2174>.

Selain itu, teori motivasi dalam pendidikan yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci dalam konsep *Self-Determination Theory* menjelaskan bahwa motivasi intrinsik berperan penting dalam keberhasilan belajar.¹⁸² Program Gerbang telah meningkatkan motivasi siswa untuk belajar bahasa asing dengan lebih giat, yang terlihat dari peningkatan nilai ujian bahasa asing dibandingkan tahun sebelumnya. Faktor-faktor seperti dukungan guru, lingkungan belajar yang kondusif, dan penghargaan pencapaian siswa dalam kompetisi bahasa asing berkontribusi terhadap peningkatan motivasi ini.

3. Peningkatan Reputasi Madrasah: Madrasah Unggul

Program Gerbang menjadi salah satu faktor utama dalam peningkatan reputasi MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah unggulan. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi siswa dalam berbahasa Arab dan Inggris tetapi juga memperkuat *school branding* sebagai madrasah yang progresif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Publikasi aktif oleh humas di berbagai platform media sosial semakin memperkuat identitas MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah yang adaptif terhadap perkembangan .

Keberhasilan ini telah diakui secara resmi melalui SK Kepala Kemenag Banyuwangi No 107 Tahun 2024, yang diterbitkan pada 5 Maret 2024. SK ini menegaskan status MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah unggulan berdasarkan prestasi akademik, inovasi pembelajaran, serta program-program strategis yang diterapkan dalam sistem pendidikannya.

¹⁸² Richard M. Ryan and Edward L. Deci, "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being," *American Psychologist*, 2000, 68–78, <https://doi.org/10.4324/9780429052675-23>.

Keberhasilan Program Gerbang tidak lepas dari adanya pendampingan dan evaluasi rutin yang dilakukan oleh Kemenag Banyuwangi. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan efektivitas program serta menyesuaikan metode pembelajaran agar tetap relevan dengan kebutuhan siswa. Selain itu, strategi kepala sekolah dalam membangun reputasi madrasah juga menjadi faktor penting, sebagaimana dijelaskan dalam kajian akademik mengenai strategi kepemimpinan dalam meningkatkan daya saing institusi pendidikan¹⁸³. Pengakuan yang diberikan melalui SK menjadi bukti konkret bahwa pendekatan sistematis terhadap pembelajaran bahasa asing memiliki dampak nyata dalam membangun reputasi sekolah.

Sebagai madrasah yang berdaya saing tinggi, MTsN 1 Banyuwangi terus berkomitmen untuk mempertahankan reputasinya sebagai institusi pendidikan yang unggul. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk Kementerian Agama, guru, dan masyarakat, menjadi faktor utama dalam keberlanjutan program ini. Dengan adanya inovasi dan pembaruan metode pembelajaran, madrasah ini dapat menjadi panutan bagi institusi pendidikan lainnya. Program Gerbang, dengan segala dampaknya, telah membuktikan bahwa pendekatan sistematis terhadap pembelajaran bahasa asing dapat menjadi strategi efektif dalam membangun reputasi madrasah di tingkat regional maupun nasional. Kajian akademik mengenai manajemen program

¹⁸³ Taufiqurrahman, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Di SMAIT Asy-Syukriyyah Tangerang Dan SMA Plus Ibadurrahman Tangerang)." (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), <https://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/am/article/view/5350%0Ahttps://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/am/article/viewFile/5350/2850>.

bahasa dalam meningkatkan reputasi sekolah juga menunjukkan bahwa pendekatan yang terstruktur dan evaluasi berkala berkontribusi besar terhadap keberhasilan program pendidikan.¹⁸⁴ Pengakuan melalui SK Kepala Kemenag Banyuwangi semakin memperkuat legitimasi MTsN 1 Banyuwangi sebagai madrasah unggulan yang terus berinovasi dalam meningkatkan mutu pendidikan.

4. Meningkatnya Percaya Diri Siswa

Program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam berkomunikasi dengan bahasa asing. Sebelumnya, banyak siswa merasa takut melakukan kesalahan saat berbicara dalam bahasa Inggris, yang sering kali menghambat perkembangan mereka dalam kompetisi akademik maupun interaksi sehari-hari. Namun, dengan penerapan metode pembelajaran interaktif dan lingkungan yang mendukung, siswa semakin percaya diri dalam menggunakan bahasa asing.

Metode pembelajaran interaktif, seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh Bahrani et al., menunjukkan bahwa pendekatan berbasis interaksi dan partisipasi dapat meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam berbicara bahasa Inggris.¹⁸⁵ Program ini memungkinkan siswa untuk lebih aktif dalam percakapan, mengurangi rasa takut terhadap kesalahan, serta

¹⁸⁴ Ukhrotun Nisa, "Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Reputasi Sekolah Di Mts Al-Hidayah Bakke," *Jurnal Mappesona* 4, no. 2 (2021): 101–6.

¹⁸⁵ Bahrani Bahrani et al., "Meningkatkan Kepercayaan Diri Dalam Berbicara Bahasa Inggris Melalui Kegiatan English Course," *SIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2023): 103–9.

meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Selain itu, pelatihan berbasis permainan interaktif, seperti yang diterapkan dalam metode *Simon Says*, juga terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan motivasi siswa dalam belajar bahasa asing.¹⁸⁶ dapat disimpulkan bahwasanya dengan adanya program ini membawa dampak positif yaitu mampu mencetak generasi yang lebih percaya diri dan tentunya memiliki keunggulan mampu berbicara Bahasa asing.

5. Meningkatnya Follower Media Sosial

Peningkatan jumlah pengikut media sosial madrasah bukan sekadar hasil dari strategi pemasaran digital, tetapi juga merupakan buah dari sinergi antara humas, guru, dan komunitas sekitar. Dengan unggahan rutin yang menarik serta keterlibatan aktif dari berbagai pihak, madrasah mampu membangun kepercayaan audiens dan memperkuat hubungan emosional masyarakat dengan madrasah.

Humas memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi dan membangun citra positif madrasah di media sosial. Menurut penelitian, pemanfaatan media sosial oleh humas madrasah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan tersebut.¹⁸⁷ Dengan strategi komunikasi yang tepat, humas dapat menyebarkan informasi

¹⁸⁶ Indri Wirahmi, Nurlaila Husain, and Manda Rohandi, "Strategi Pembelajaran Interaktif : Kosakata Bahasa Inggris Buah Dan Sayuran Melalui Permainan ' Simon Says ', " *DEVOTION: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 4, no. 1 (2025): 1–5.

¹⁸⁷ Fanil, "Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Citra Madrasah Aliyah Raudlatul Ulum Putri Gondanglegi." (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024).

mengenai program unggulan, prestasi siswa, serta berbagai kegiatan akademik dan non-akademik yang menarik perhatian publik.

Selain humas, guru dan komunitas sekitar juga berperan dalam meningkatkan jumlah pengikut media sosial madrasah. Robeth B menekankan bahwa hubungan yang baik antara madrasah dan masyarakat dapat meningkatkan mutu pendidikan serta membangun kepercayaan publik.¹⁸⁸ Guru yang aktif membagikan konten edukatif dan inspiratif di media sosial dapat menarik perhatian orang tua dan calon siswa, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam ekosistem digital madrasah.

¹⁸⁸ Ahmad Robeth Bahrudin, "Urgensi Manajemen Humas Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Madrasah," *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2023): 9–16, <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/alrosikhuun/indexPage%7C8>.

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan fokus penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses Manajemen Humas dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTsN 1 Banyuwangi.

Manajemen humas dalam peningkatan *school branding* melalui Program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan utama. Tahap pertama adalah pendefinisian masalah dan peluang, di mana madrasah mendefinisikan kendala seperti rendahnya minat siswa terhadap bahasa asing, minimnya kesadaran orang tua, dan persaingan dengan sekolah lain, yaitu dengan membuat program ciri khas dengan *brand* nama Gerbang dengan motto “Bahasa Asing: Dari Minat Jadi Prestasi”. Dengan core values berupa keberanian berbicara Bahasa asing. dan target audient nya adalah siswa dan orang tua. Persona program secara menarik dan kolaboratif. Suara dan gaya Bahasa yang digunakan secara edukatif tetapi tidak menggurui, akrab dan membangun semangat. Tantangan ini diimbangi dengan peluang berupa dukungan kebijakan pendidikan dan SDM profesional. Selanjutnya, tahap perencanaan secara terstruktur, dengan diawali menetapkan tujuan melalui rapat koordinasi, penyusunan program kerja, kemitraan ELC dan wali

murid. Setelah itu, program disusun dengan merancang prosedur pelaksanaan Gerbang dan strategi konten dan publikasi untuk meningkatkan visibilitas madrasah.

Tahap pelaksanaan mencakup penerapan program Gerbang sesuai dengan perencanaan dan dilakukan secara rutin setiap hari dan pelaksanaan publikasi dilakukan secara konsisten. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan dengan pengukuran keberhasilan dengan melakukan wawancara dan survei kepada guru, wali murid, kepala kemenag dan melakukan perbaikan strategi secara berkala untuk memastikan program terus berkembang dan memberikan manfaat maksimal bagi siswa serta madrasah.

2. Model Humas MTsN 1 Banyuwangi dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Pada Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing).

MTsN 1 Banyuwangi menerapkan empat model. Pertama, *press agency* dengan media social dan kampanye kirab. Kedua, *public information* dengan membuat caption, memberi keterangan detail, majalah. Ketiga, *two-way asymmetric* dengan melakukan survei, kuesioner, pengaduan online. Keempat, *two-way symmetric* dengan adanya rapat akbar, interaksi media social, diskusi terbuka. Namun, model humas yang sesuai untuk diterapkan dalam upaya peningkatan *school branding* pada program Gerbang itu ada dua yaitu model *public information* dan *two-way symmetric*. Model *public information* untuk memastikan transparansi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, terutama terkait

program Gerbang. Dengan memanfaatkan berbagai media seperti website, majalah, dan media social yang disertai caption atau keterangan. Komitmen terhadap prinsip keterbukaan ini meningkatkan kepercayaan public dan tentunya mencegah kesalahpahaman. Model *two-way symmetric* dalam *school branding* dengan menekankan komunikasi dua arah antara madrasah dan masyarakat. Melalui rapat akbar, diskusi terbuka, serta interaksi aktif di media sosial, madrasah menerima masukan dan menyesuaikan kebijakan sesuai kebutuhan siswa, orang tua, dan lingkungan pendidikan. Pendekatan ini memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, dan memastikan program Gerbang terus berkembang secara responsif.

3. Implikasi Adanya Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Pada Upaya Peningkatan *School Branding* di MTsN 1 Banyuwangi

Program Gerbang di MTsN 1 Banyuwangi membawa dampak positif yang signifikan dalam upaya peningkatan *school branding* madrasah. Implementasi program ini berhasil meningkatkan daya tarik bagi calon siswa, prestasi siswa pun turut mengalami peningkatan, baik dalam aspek akademik maupun non-akademik, seperti juara olimpiade, pidato, *storytelling* yang semakin memperkuat reputasi madrasah sebagai madrasah unggul.

Dengan pencapaian tersebut, MTsN 1 Banyuwangi semakin dikenal sebagai madrasah berprestasi. Kepercayaan diri siswa pun meningkat berkat kemampuan bahasa asing yang di kuasai, memberikan

dorongan untuk lebih aktif dalam kompetisi maupun interaksi global. Dampak lainnya adalah pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial madrasah, memperluas jangkauan informasi dan promosi yang semakin mengukuhkan *branding* madrasah di ranah digital.

B. Saran

1. Perlu adanya tambahan strategi dalam menjalankan manajemen humas di MTsN 1 Banyuwangi yaitu dengan menjalin kerjasama dengan influencer, selebgram untuk lebih menarik masyarakat luas dan mudah diingat oleh semua orang.
2. Perbaiki dalam proses editing video konten agar lebih menarik di semua kalangan.
3. Perlu adanya penambahan sarana prasarana podcast agar untuk menunjang keberhasilan program gerbang. Dan juga perlu ditambah juga prasarana berupa lab bahasa untuk menunjang dan mendukung pembelajaran bahasa asing seperti untuk belajar mengerjakan soal berjenis seperti TOAFL dan TOEFL, mendengarkan native speaker, menonton film yang berbahasa asing untuk melatih anak apakah sudah mampu menangkap apa maksud film yg ditayangkan, dll.
4. Perlu ditambah pembuatan iconic program gerbang agar tamu yang masuk mengetahui bahwasanya disana dilaksanakan program gerbang.
5. Perlu ditambah kegiatan inovasi variasi dalam kegiatan gerbang, agar siswa semakin tertarik dan giat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. *Sosiologi Skematika, Teori, Dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Adarsh. "School Branding: Highlighting Your Unique Edge for 2025." Candid Schools, 2024. <https://candidschools.com/school-branding-and-usp/>.
- Adhitya, Robby, Muhammad Noor, and Hairunnisa. "Analisis Tugas Pokok Dan Fungsi Hubungan Masyarakat Universitas Mulawarman." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 325–36. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/JurnalRobby\(02-20-18-07-56-29\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/JurnalRobby(02-20-18-07-56-29).pdf).
- Adyatama, Arga, and Naniek Utami Handayani. "Perbaikan Kualitas Menggunakan Prinsip Kaizen Dan 5 Why Analysis: Studi Kasus Pada Painting Shop Karawang Plant 1, Pt Toyota Motor Manufacturing Indonesia." *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri* 13, no. 3 (2018): 169. <https://doi.org/10.14710/jati.13.3.169-176>.
- Afidah, Jundatul. "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus Di SMA Khadijah Dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)." *Ethesis Uin Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/55647>.
- Afriadi, Ido. "Strategi Public Relations Astrido Toyota Dalam Mempertahankan Citra Mobil Toyota Calya Sebagai Mobil Low Cost Green Car." *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)* 3, no. 2 (2020): 185–98.
- Ahmad Robeth Bahrudin. "Urgensi Manajemen Humas Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Madrasah." *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2023): 9–16. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/alrosikhuun/indexPage%7C8>.
- Ahmad, Zainal Arifin. "Pengembangan Model Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Teori Multiple Intelligence." *Al Mahāra: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab* 1, no. 1 (2015): 1–18. <https://doi.org/10.14421/almahara.2015.011-01>.
- Alfioni, Suci, and Febry Yuliani. "Implementasi Program Pada Satuan Pendidikan Non Formal Kota Padang Panjang (Implementation Programs In Non Formal Education Units Studio and Learning Actitivities Padang Panjang)." *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan (Jahidik)* 1, no. 2 (2022): 85–95.
- Athifah, Siti Nur. "Manajemen Hubungan Madrasah/Pesantren Dengan Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Pendidikan." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 2 (2022): 58–68. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jmp/article/view/30570%0Ahttp://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jmp/article/download/30570/13942>.
- Auranissa Hernanda, Verren, Afwa Yasyfa Azzahra, and Fitri Alfarisy. "Pengaruh Penerapan Bahasa Asing Dalam Kinerja Pendidikan." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 1 (2022): 88–95. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.514>.
- Bahrani, Bahrani, Rostanti Toba, Nadia Nadia, Noor Hayati, Ressa Ressa, Siti Nur Azizah, Qadri Imanda, Suwarid Erangga, and Yayas Clevara.

- “Meningkatkan Kepercayaan Diri Dalam Berbicara Bahasa Inggris Melalui Kegiatan English Course.” *SIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2023): 103–9.
- Barella, Yusawinur, Wahyudin Naro, and Yuspiani. “Indonesian Research Journal on Education Model-Model Pembelajaran Inovatif Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan.” *Indonesian Research Journal on Education* 4 (2024): 142–46.
- Budiarti, Erna, Dian Anggreini, Deni Agus Panca Susanti, Yunita Damayanti, and Yunita Yunita. “Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (2023): 3568–76. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>.
- Center, Indonesia Scholarship. “Data Indeks Kemahiran Berbahasa Inggris EF (EF EPI) 2023,” n.d. <https://www.ef.co.id/epi/>.
- Chaironi Hidayat. “Tujuh Program Unggulan Pendidikan Madrasah Di Banyuwangi Untuk Mendukung Indonesia Emas 2045.” *Enews Indo*, n.d.
- Chea, Ashford C. “Branding: Models, Theory, Practice, and Marketing Implications.” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 14, no. 5 (2024): 1150–62. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21481>.
- Chen, Hong, Ping Wang, and Qi Ji. “Analysis of the Application Effect of PDCA Cycle Management Combined With Risk Factor Management Nursing for Reducing Infection Rate in Operating Room.” *Frontiers in Surgery* 9 (2022): 1–7. <https://doi.org/10.3389/fsurg.2022.837014>.
- Citriadin, Yudin. *Metode Penelitian Kualitatif (Suatu Pendekatan Dasar)*. Sanabil Creative, 2020. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx.
- Damayanti, Rosida. “Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023.” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq Jember, 2023. <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/15384/1/Tese.pdf>.
- Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia. “Undang-Undang (UU) Tentang Guru Dan Dosen Nomor 14.” *Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia*, 2005, 2. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang-undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-nomo>.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010.
- Fanil. “Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Citra Madrasah Aliyah Raudlatul Ulum Putri Gondanglegi.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024.
- Farisi, Yudik Al, and Muhammad Bakron Andre Setiawan. “Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul

- Jadid." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 12 (2023): 10653–63. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3407>.
- Fatimah, Siti, and Budi Haryanto. "The Role Of Public Relations Management In Building School Branding [Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Branding Sekolah]." *UMSIDA Preprints Server*, 2025, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.6926>.
- Febriyanti, Hikmah Dewi. "Membangun Brand Lembaga Pendidikan: Konsep, Strategi, Dan Implementasi Branding Untuk Keberhasilan Lembaga Pendidikan." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim., 2024.
- Furtasan Ali Yusuf. *Manajemen Pendidikan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021.
- Gani, Rusna, and Adiyana Adam. *Pengembangan Profesionalisme Guru Madrasah Tsanawiyah*. Jawa Barat: Widina Media Utama, 2023.
- Garretson, Judith A., and Ronald W. Niedrich. "Spokes-Characters: Creating Character Trust and Positive Brand Attitudes." *Journal of Advertising* 33, no. 2 (2004).
- Ghozali, Muhammad, Maesaroh 2 Aulia, and Diana Devi. "Membangun Jejaring Kerjasama Dan Implementasinya Di Madrasah." *LEADERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2022): 37–45. <https://leaderia.iain-jember.ac.id/index.php/ldr/article/view/89>.
- Grunig, James E., Larissa A. Grunig, K. Sriramesh, Yi Hui Huang, and Anastasia Lyra. "Models of Public Relations in an International Setting." *Journal of Public Relations Research* 7, no. 3 (1995): 163–86. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0703_01.
- "H.R Tirmidzi." Accessed June 19, 2025. <https://nu.or.id/quote-islami/berkatalah-yang-baik-atau-diam-saja-9SRDR>.
- Hanna Sundari. "Model-Model Pembelajaran Dan Pemefolehan Bahasa Kedua/Asing." *Jurnal Pujangga* 1, no. 2 (2015): 106–17.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya. *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Husnu Abadi. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. I. Vol. 5. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hidayat. *Manajemen Mutu Pendidikan*. Edited by Sulis Rokhmawanto. 1st ed. Cirebon – Jawa Barat: PT Arr Rad Pratama, 2023. [https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/778/1/082 Hidayat.pdf](https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/778/1/082%20Hidayat.pdf).
- Hilmi, Rindu Aulia Razika, and Megan Asri Humaira. "Pengaruh Bahasa Asing Terhadap Perekonomian Global." *Karimah Tauhid* 3, no. 1 (2024): 662–68. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.9204>.
- Ibrahim, Tatang, and Ahmad Rusdiana. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Edited by Tim Editorial IPS. I. Bandung: Yrama Widya, 2021. [https://digilib.uinsgd.ac.id/41596/1/0000-Buku Manaj Mutu Terpadu terbit April 2021-Fik.pdf](https://digilib.uinsgd.ac.id/41596/1/0000-Buku%20Manaj%20Mutu%20Terpadu%20terbit%20April%202021-Fik.pdf).
- Ilyosovna, Niyozova Aziza. "Importance of the English Language in Today's World." *International Journal of English Learning & Teaching Skills* 6, no. 2 (2024): 22–24. <https://doi.org/10.15864/ijelts.6205>.

- Indonesia, Kementerian Agama Republik. “Menag Minta Kirim 200 Guru Bahasa Arab Ke Indonesia, Mesir Sanggupi 2.000.” 22 Oktober 2024, n.d. <https://www.instagram.com/p/DBc80Z3JjZ9/?igsh=Zm0wMHlpNWxncDdq>.
- Iqbal, Muhammad. “Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi.” *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 2 (2023): 71–78. <https://doi.org/10.35912/jahidik.v2i2.1565>.
- Isri, Saifullah. “Etika Pengelolaan Manajemen Pendidikan Islam.” *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 13, no. 4 (2023): 491. <https://doi.org/10.22373/jm.v13i4.22212>.
- Jamaluddin, Muhammad Burhan. “‘Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap.’ IAIN Purwokerto.” *Tesis*. IAIN Purwokerto, 2020.
- Kementerian Agama. “Keputusan Menteri Agama No. 450 Tahun 2024 - Pedoman Implementasi Kurikulum Pada Raudlatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, MadrasahTsanawiyah, Madrasah Aliyah, Dan Madrasah Aliyah Kejuruan,” 2024. <https://drive.google.com/file/d/1IJ6nUcxxXEG4Mm7AWORleapp5wSyDrjf/view>.
- Kementrian Agama. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No 347 Tahun 2022 Tentang Pedoman Implementasi Kurikulum Merdeka Pada Madrasah, issued 2022. <https://www.mgmpmadrasah.com/2022/04/download-kma-keputusan-menteri-agama.html>.
- Knop, Krzysztof, and Krzysztof Mielczarek. “The Improvement on the Basis of Pdca and Sdca Cycles.” *Quality Production Improvement* 03, no. 2 (2015): 60–71. <https://doi.org/10.30657/qpi.2015.03.06>.
- Kolb, David A. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, New Jersey, Amerika Serikat: Prentice Hall, 1984.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. (Pearson Education India, 2009).
- Kotler, Philip, and Pfoertsch. *B2B Brand Management with the Cooperation of Ines Michi*. New York: Springer Berlin, 2006.
- Lane, Anne. “Working at the Interface : The Descriptive Relevance of Grunig and Hunt ’ s Theories to Public Relations Practices in South East Queensland Schools .” *PRism* 1, no. 1984 (2003): 1–14.
- Lutfiatin, Marissa Putri, and Stephani Raihana Hamdan. “Parental Involvement Pada Orang Tua Dengan Anak Slow Learner Di Bandung.” *Jurnal Psikologi Malahayati* 3, no. 2 (2021): 63–73.
- Mania, Sitti. “Teknik Non Tes: Telaah Atas Fungsi Wawancara Dan Kuesioner Dalam Evaluasi Pendidikan.” *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan* 11, no. 1 (2008): 45–54. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n1a4>.
- Mardalis. *Metode Suatu Penelitian: Suatu Pendekatan Proposan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Mardan Umar, Feiby Ismail. “Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam (Tinjauan Konsep Mutu Edward Deming Dan Joseph Juran).” *JIIP - Jurnal*

- Ilmiah Ilmu Pendidikan* 11, no. 2 (2017).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30984/jii.v11i2.581>.
- Mas-Manchón, Lluís. *Innovation in Advertising and Branding Communication*. New York: Routledge, 2020.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003009276>.
- Mega, Iful Rahmawati, and Dody Sugiarto. "Speaking Skill in Correlation with English Speaking Learning Habit and Self Confidence of Vocational High School Students." *Journal of Foreign Language Teaching and Learning* 5, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.18196/ftl.5253>.
- Meyer, J, and B Rowan. "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony." *American Journal of Sociology* 83 (1977): 340-363.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1086/226550>.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)*. SAGE Publications, 2014.
- Milyane, Tita Melia, Aden Sutipermana, and Juanrico Alfaramona. *Public Relations Komuniiasi Strategi, Digital Dan Bertanggung Jawab Sosial*. Edited by Aas Masruroh. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2005.
- Mubarok, Moch Zakki. "Efektivitas Branding Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2024): 25–35. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>.
- Mudjiyanto, Bambang. "Metode Penelitian Evaluasi Komunikasi." *Promedia* 4, no. 1 (2018): 76–102.
- Muhamad Fauzi. "Penguasaan Bahasa Asing Kunci Persaingan Di Era Globalisasi." 18 Maret 2022 13.37, 2022.
<https://mediaindonesia.com/humaniora/479028/penguasaan-bahasa-asing-kunci-persaingan-di-era-globalisasi>.
- Muhammad Hasbi, Ika Budi Maryatun, Wiwik Citra Pratiwi, Murtiningsih, Nor Ilman Saputra, Devi Rahmawati, Istianingsih Rahayu. "Peran Orang Tua Dalam Program Pembelajaran." *Paudpedia.Kemdikbud.Go.Id*, 2021.
- Mustika. "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK Dr. Soetomo Surabaya." *Manejerial Bisnis* 4, no. 1 (2020): 11–19.
- Mustofa, M. Lutfi. *Monitoring Dan Evaluasi : Konsep Dan Penerapannya Bagi Pembinaan Kemahasiswaan*, 2012.
- Musyarapah, Rizky Alhidayati, and Rahmad Wahyudi. "Forming School Branding through Social Media : Educational Innovation Post Covid-19." *The 6th International Conference on Islamic Studies 2023*, 2023, 20–25.
<https://proceeding.uingusdur.ac.id/index.php/icis/article/view/1484/580>.
- Nguyen, Vi, Nam Nguyen, Bastian Schumacher, and Thanh Tran. "Applied Sciences Practical Application of Plan – Do – Check – Act Cycle for Quality Improvement of Sustainable Packaging :." *Appl. Sci.* 10, no. 6332 (2020): 1–15. doi:10.3390/app10186332.
- Nisa, Dewi Chairun, Siswanto, and Ach. Sya'roni. *School Branding Strategi Peningkatan Mutu Input Pendidikan Islam. Sustainability (Switzerland)*. Vol.

11. Malang: Madza Media, 2025. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Nisa, Ukhrotun. "Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Reputasi Sekolah Di Mts Al-Hidayah Bakke." *Jurnal Mappesona* 4, no. 2 (2021): 101–6.
- Nisak, Asiyah Khoirun. "Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Dan Minat Masyarakat Di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khoir Desa Menyono Kecamatan Kuripan Kabupaten Probolinggo." *Ethesis UIN Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.
- Nuril Ayunisa, Laily, and Muhamad Sholeh. "Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10, no. 1 (2022): 59–72.
- Nurul Afiefah. "Pembelajaran Dengan Metode Diskusi Kelas." *Jurnal Tarbawiyah* 11, no. 1 (2014): 53–65.
- Nurul, Nurul. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah." *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2018): 36–48. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i1.247>.
- Odilova, Sitora. "Theoretical And Practical Aspects for Branding in Schools." *Asian Journal of Tchnology & Management Research* 12, no. 1 (2022): 229–33. http://www.ajtmr.com/papers/Vol12Issue1/Vol12Iss1_P20.pdf.
- P. D. Schneider. "FOCUS-PDCA Ensures Continuous Quality Improvement in the Outpatient Setting." *Oncology Nursing Forum* 24, no. 6 (1997): 966. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9243581%0A/>.
- Parawansa, Dian Anggraece Sigit. *Strategi Branding*. Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024.
- Pauzan, Pauzan. "Theory in Second Language Acquisition (Recognition of Concepts Toward Krashen's Second Language Acquisition Theory for Five Main Hypotheses)." *Journal on Education* 6, no. 4 (2024): 20876–88. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6210>.
- Perdana, Dayu Rika, Muhammad Mona Adha, and Nur Arddiansyah. "Peningkatan Keterampilan Mengemukakan Pendapat Peserta Didik Melalui Model Problem Terbuka (Open Ended) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan." *Jurnal Rontal Keilmuan PKn* 7, no. 1 (2021): 19–28. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/31873>.
- Q.S Ali Imran ayat 59, n.d. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=159&to=159>.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Rahmawati, Baiq Laili, Moh. Arif AM, and Nur Kholid. "Management of the Gerbang Program (Gerakan Bahasa Asing) in Learning Arabic At an-Nur Ii Al-Murtadha Islamic Boarding School." *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 7, no. 1 (2023): 29–42. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v7i1.33761>.
- Realyvásquez-Vargas, Arturo, Karina Cecilia Arredondo-Soto, Teresa Carrillo-

- Gutiérrez, and Gustavo Ravelo. "Applying the Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle to Reduce the Defects in the Manufacturing Industry. A Case Study." *Applied Sciences (Switzerland)* 8, no. 11 (2018). <https://doi.org/10.3390/app8112181>.
- Richard M. Ryan and Edward L. Deci. "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being." *American Psychologist*, 2000, 68–78. <https://doi.org/10.4324/9780429052675-23>.
- Robin Landa. *Designing Brand Experiences*. New York: Thomson Delmar Learning Clifton Park, 2006. http://llrc.mcast.edu.mt/digitalversion/table_of_contents_130508.pdf.
- Rolos, Putri Melati. "Model Komunikasi Public Relations Di Pemerintah Kota Salatiga Dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt." *Jurnal InterAct* 9, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1712>.
- Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pres, 2008.
- Santoso, Iman. "Pembelajaran Bahasa Asing Di Indonesia: Antara Globalisasi Dan Hegemoni." *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 14, no. 1 (2014): 1. https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v14i1.696.
- Saputri, Sonia Ayu Suci, Hesti Kusumaningrum, and Zahrotul Munawwaroh. "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding." *Educational Journal of Bhayangkara* 3, no. 1 (2023): 75–84. <https://doi.org/10.31599/edukarya.v3i1.2375>.
- Shintia Ira Claudia, and Sa'diyah El Adawiyah. "Model Komunikasi Humas Dalam Literasi Media Sosial." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2024): 69–78. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2437>.
- Sholihah, Tutut. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-Mpi* 3, no. 2 (2018): 72–84. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>.
- Solihat, Eli, and Toto Sugiharto. "Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Pendidikan Terhadap Partisipasi Orangtua Murid Di Sma Negeri 107 Jakarta." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 14, no. 2 (2009): 135–43.
- Srimulat, Fitri Endang, Rahmi Syafriyati, Guntur Syaputra, Sahbuki Ritonga, Dwina Putri, Aulia Putri, Fitri Yanti, et al. *Teori-Teori Pendidikan. Biogeosciences*. Vol. 43, 2024. <http://www.unil.ch/ssp/page34569.html>.
- St Rodliyah. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Di Sekolah*. Jember: Pustaka Pelajar; STAIN Jember Press, 2013.
- Subairi. "Kerangka Kerja Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menciptakan Madrasah Unggul." *Journal Of Islamic Education Management* 2 (2019): 105.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sumual, Shely Deity Meity, Meytha Meyske Wongkar, Samuel Harry Mosey, and Davison Pagawak. "Pentingnya Sikap Transparansi Dalam Pengawasan Pendidikan." *Journal on Education* 6, no. 4 (2024): 19976–86.
- Syakdia Apria Ningsih. "Pentingnya Profesionalisme Guru Dalam Meningkatkan

- Kualitas Pendidikan.” *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)* 2, no. 3 (2024): 288–93. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i3.2056>.
- Syukri, Makmur. “Studi Kasus Sekolah-Sekolah Bertaraf (Branding): Terpadu , Program Khusus.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 6361–71.
- Tarsono, Tarsono. “Implikasi Teori Belajar Sosial (Social Learning Theory) Dari Albert Bandura Dalam Bimbingan Dan Konseling.” *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi* 3, no. 1 (2018): 29–36. <https://doi.org/10.15575/psy.v3i1.2174>.
- Taufiqurrahman. “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Di SMAIT Asy-Syukriyyah Tangerang Dan SMA Plus Ibadurrahman Tangerang).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024. <https://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/am/article/view/5350%0Ahttps://www.unma.ac.id/jurnal/index.php/am/article/viewFile/5350/2850>.
- Tri Wahyono. “Manajemen Humas Dalam Menciptakan Branding School Di MI Mambaul Ma’arif Denanyar, Jombang.” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2022.
- Triwiyanto, Teguh. *Manajemen Kurikulum Dan Pembelajaran*. Edited by Yanita Nur Indah Sari. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Tuala, Riyuzen Praza. *Manajemen Peningkatan Mutu*. Edited by Abdul Mujib. *SME Technical Paper (Series) MM*. Lintang Rasi Aksara Books, 2018. [https://repository.radenintan.ac.id/12195/1/Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah.pdf](https://repository.radenintan.ac.id/12195/1/Manajemen_Peningkatan_Mutu_Sekolah.pdf).
- Umniah, Wahyu Fatikhatul. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap,” 2022.
- UNESCO. “Pelaku Nonpemerintah Dalam Pendidikan Non-State Actors Pelaku Nonpemerintah in Education Dalam Pendidikan,” 2021.
- Usmad, A Samad. “Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Penerapan Manajemen Berbasis Sekolah.” *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA* 15, no. 1 (2014): 13–31. <file:///C:/Users/HP/Downloads/554-1053-1-SM.pdf>.
- Wahjosumidjo. *Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya*. Jakarta: Rajawali Pres, 2007.
- Wirahmi, Indri, Nurlaila Husain, and Manda Rohandi. “Strategi Pembelajaran Interaktif: Kosakata Bahasa Inggris Buah Dan Sayuran Melalui Permainan ’ Simon Says ’.” *DEVOTION: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 4, no. 1 (2025): 1–5.
- Wulandari, Wulandari, Budiaman Budiaman, and Dian Alfia Purwandari. “Strategi Membangun School Branding Guna Meningkatkan Citra Sekolah Smp Negeri 281 Jakarta.” *Lentera: Multidisciplinary Studies* 2, no. 3 (2024): 309–16. <https://doi.org/10.57096/lentera.v2i3.100>.
- Yani Kusmarni. “Qualitative Inquiry Research Design, ‘Studi Kasus (John W. Creswell),’” 1989, 1–12.
- Zakaria, Wahyu, Ulfa Yuniati, and Euis Evi Puspitasari. “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Strategy To Build Brand Image In Increasing The Competitiveness of

Educational Institutions.” *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJ DPR)* 1, no. 2 (2023): 64–75.
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJ DPR/article/download/5545/1981>.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1556/Ps/TL.00/5/2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

5 Mei 2025

Yth. Bapak / Ibu
Kepala MTsN 1 Banyuwangi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Maswanda Fazriyati
NIM : 230106210016
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Marno., M.Ag
2. Prof. Dr. A. Nurul Kawakip, M.Pd., M.A
Judul Penelitian : Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan School Branding Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) Di MTsN 1 Banyuwangi

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : 7Bd5eXCp

Surat Izin Melakukan Penelitian di MTsN 1 Banyuwangi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1 BANYUWANGI
 Jalan Mawar Nomor 35 Giri Kabupaten Banyuwangi
 Telepon (0333) 422355 ; Faksimile (0333) 422355
 Email : mtanbwi1@yahoo.com

SURAT KETERANGAN
 Nomor: 264/Mts.13.30.01/PP.00.5/05/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Munawar Effendi, S.Pd
 NIP : 197112142005011003
 Jabatan : Kepala Madrasah
 Unit Kerja : MTsN 1 Banyuwangi

Menerangkan bahwa:

NO	NIM	NAMA
1	230106210016	Maswanda Fazriyati

Telah melaksanakan penelitian dengan judul "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan School Branding Melalui Program Gerbang (Gemar Berbahasa Asing) di MTs Negeri 1 Banyuwangi selama 6 Bulan dimulai hari bulan Desember sampai dengan bulan Mei 2025 sebagai syarat penyusunan tugas akhir Tesis Pasca Sarjana Megister Manajemen Pendidikan Islam.

Demikian surat ini dibuat dan di sampaikan terimakasih.

Banyuwangi, 05 Mei 2025

Munawar Effendi

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



Bapak Kepala MTsN 1 Banyuwangi



Waka Humas MTsN 1 Banyuwangi



Wawancara Bapak Ketua Koordinator Program Gerbang



Wawancara Bersama Ibu Wakil Kepala Penjaminan Mutu



Guru English MTsN 1 Banyuwangi



Duta Bahasa Inggris MTsN 1 Banyuwangi



JEMARI NEWS

Banyuwangi - [MTsN 1] Dalam rangka memperingati Hari Santri Nasional yang jatuh pada tanggal 22 Oktober 2024, MTsN 1 Banyuwangi menggelar upacara bendera yang berbeda dari tahun-tahun sebelumnya. Upacara kali ini dilaksanakan pada Selasa, (22/10), di halaman utama madrasah, dan menghadirkan nuansa khas dengan penggunaan bahasa Arab sebagai bahasa utama upacara. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh siswa, dewan guru, dan staf karyawan MTsN 1 Banyuwangi.

Keseluruhan upacara Hari Santri di MTsN 1 Banyuwangi tahun ini tidak hanya terfokus pada pelaksanaan upacara dalam bahasa Arab, namun juga karena petugas upacara seluruhnya diambil dari perwakilan Duta Bahasa Arab, yaitu siswa-siswa yang memiliki kemampuan bahasa Arab unggul. Para petugas terlihat sangat antusias menjalankan tugas mereka dengan penuh semangat, mempromosikan upacara dengan terampil dan khidmat. Dari penyempitan upacara hingga pembacaan teks Pancasila, semua dilakukan dengan bahasa Arab, yang semakin memperkuat atmosfer religius dan semangat kebangsaan yang ingin dikukuhkan oleh generasi Hari Santri kali ini.

More information At <http://mts1banyuwangi.sch.id> [Read More](#) →



PROGRAM KERJA PKM HUMAS MTsN 1 BANYUWANGI						
No. Urut	Program	Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Sumber Anggaran Biaya	Sasaran Kegiatan	Keterangan
1	Pengelolaan informasi dan publikasi.	a. Sosialisasi visi dan misi madrasah kepada masyarakat b. Sosialisasi Program Baru	01 Februari 2024	Dipa & Komite	Seluruh Warga Masyarakat MTsN 1 Banyuwangi	a.memajang kalimat visi dan misi yang terbaca saat masuk pintu gerbang madrasah. b.Memasang visi dan misi di tiap-tiap kelas c. Melalui media majalah, kalender dan brosur PPDB. Serta dibaca saat upacara bendera
2.		Membentuk Pusat data dan informasi	05 Juli 2024	Dipa & Komite	Seluruh Warga Masyarakat MTsN 1 Banyuwangi	a.mendokumentasikan informasi yang masuk dan keluar, b. melayani permintaan informasi/pemberian informasi/pengaduan dari masyarakat.
3.		Membuat media informasi yang dibutuhkan baik untuk lembaga maupun masyarakat.	17 Juli 2024	Dipa & Komite		a.Podcast b.Majalah c.Website d. Melayani wali murid (WA, Instragram, Youtube, FB, Twitter, Telegram)
4.	PPDB 2024/2025	PPDB	01-07 Maret 2024		Seluruh Warga Masyarakat	Melakukan agenda kegiatan penyeleksian peserta didik baru sesuai dengan
PROGRAM KERJA PKM HUMAS MTsN 1 BANYUWANGI						
5.	LIGA MIPA	Jaring potensi peserta didik baru dengan kompetisi	4 Februari 2024		Seluruh Warga Masyarakat	persyaratan. Melakukan perlombaan untuk siswa kelas V dan VI. 10 Besar akan diterima menjadi peserta didik baru MTsN 1
6.	Program Gerbang	Sosialisasi sekaligus pelaksanaan perdana	21 Februari 2024		Seluruh Warga Masyarakat	Pengenatan dan pelaksanaan dengan dilakukan didalam kelas
7.	Menjalin kerjasama Dengan ELC (English Language Center)	Menjalin kemitraan Dengan ELC (English Language	14 Agustus 2024	Komite	Seluruh Warga Masyarakat MTsN 1 Banyuwangi	Melakukan penandatanganan MOU
7.	Menjalin hubungan kerjasama dengan masyarakat	Menjalin Kemitraan dengan MAN, SMKN dan SMAN	17 Juli 2023	Komite	MAN, SMAN, dan SMKN	Melakukan MOU
8.		Study Banding ke Sekolah Lanjutan	Diakhir masa pembelajaran rombel IX	KOMITE	MAN, SMAN, dan SMKN	Dilaksanakan menjelang kelulusan siswa rombel IX
9.		Kegiatan sosial	Bulan Ramadhan dan	Komite, dan	Kaum dhuafa dan	

INSTRUMEN PENELITIAN		
PEDOMAN WAWANCARA		
Informan : Kepala Madrasah MTsN 1 Banyuwangi		
Tempat : Halaman Ma'had MTsN 1 Banyuwangi		
No.	Pertanyaan	Ja
1.	Bagaimana strategi yang digunakan dalam membangun hubungan dengan masyarakat untuk meningkatkan branding sekolah?	
2.	Apa saja tantangan yang dihadapi dalam mengelola hubungan masyarakat di lingkungan madrasah?	
3.	Bagaimana keterlibatan orang tua, alumni, dan masyarakat sekitar dalam program-program madrasah?	
4.	Apa tujuan utama dari program gemar berbahasa asing di MTsN 1 Banyuwangi?	
5.	Bagaimana program ini diterapkan di sekolah?	
6.	Bahasa asing apa saja yang diajarkan, dan bagaimana metode pembelajarannya?	
7.	Apa peran guru dan tenaga kependidikan dalam mendukung keberhasilan program ini?	
8.	Bagaimana dampak program gemar berbahasa asing terhadap school branding dan reputasi madrasah?	
9.	Apakah program ini meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka di MTsN 1 Banyuwangi?	
10.	Bagaimana media sosial dan publikasi digunakan untuk mempromosikan program ini kepada masyarakat luas?	
11.	Apakah ada evaluasi atau survei mengenai program ini terhadap branding sekolah?	
12.	Apakah ada rencana pengembangan program gemar berbahasa asing ke depan?	
13.	Apa dukungan yang diharapkan dari pihak eksternal (pemerintah, dunia usaha, atau organisasi lain) dalam pengembangan program ini?	
14.	Bagaimana kepala madrasah melihat prospek branding sekolah dalam beberapa tahun ke depan?	
Informan : Wakil Kepala Hubungan Masyarakat (humas)		
Tempat :		
No.	Pertanyaan	Ja
1.	Apa tugas utama Wakil Kepala Hubungan Masyarakat dalam membangun branding sekolah?	
2.	Bagaimana strategi yang diterapkan dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat dan stakeholder sekolah?	
3.	Apa tantangan yang sering dihadapi dalam mengelola hubungan masyarakat dan bagaimana mengatasinya?	
4.	Apa peran bagian hubungan masyarakat dalam merancang dan mempromosikan program gemar berbahasa asing?	
5.	Bagaimana program ini dikomunikasikan kepada siswa, orang tua, dan masyarakat?	
6.	Apakah ada kerja sama dengan pihak eksternal (misalnya, lembaga bahasa, media, atau pemerintah)?	
7.	Bagaimana program ini berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat?	
8.	Bagaimana media sosial dan website sekolah digunakan untuk mendukung branding sekolah?	
9.	Apakah ada strategi khusus dalam mengelola informasi dan berita terkait program gemar berbahasa asing?	
10.	Bagaimana hubungan sekolah dengan media lokal dan nasional dalam mempublikasikan program ini?	
11.	Apakah ada evaluasi rutin tentang efektivitas strategi branding sekolah?	
12.	Apa indikator keberhasilan dari manajemen hubungan masyarakat dan program gemar berbahasa asing?	
13.	Apakah ada rencana pengembangan program atau strategi branding sekolah ke depan?	
Informan : Wakil Kepala Penjaminan Mutu		
Tempat : Ma'had MTsN 1 Banyuwangi		
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana peran penjaminan mutu dalam membangun dan meningkatkan school branding ?	
2.	Apa saja indikator mutu yang diterapkan dalam peningkatan branding sekolah?	
3.	Bagaimana hubungan antara penjaminan mutu dengan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah?	
4.	Bagaimana penjaminan mutu berkontribusi dalam memastikan efektivitas program gemar berbahasa asing?	
5.	Apa saja standar atau evaluasi yang digunakan untuk menilai keberhasilan program ini?	
6.	Bagaimana keterlibatan guru dan tenaga kependidikan dalam memastikan keberlanjutan dan mutu program gemar berbahasa asing?	
7.	Apakah ada peningkatan kualitas setelah diterapkannya program gemar berbahasa asing?	
8.	Bagaimana program ini membantu meningkatkan daya saing siswa dalam lingkungan akademik dan sosial?	
9.	Apakah ada survei atau data yang menunjukkan peningkatan persepsi positif masyarakat terhadap sekolah sejak adanya program ini?	
10.	Bagaimana proses evaluasi program gemar berbahasa asing dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitasnya?	
11.	Apakah ada rencana untuk memperluas atau memperdalam program gemar berbahasa asing ke depannya?	
12.	Apa dukungan yang diharapkan dari stakeholder eksternal dalam pengembangan penjaminan mutu dan branding sekolah?	
Informan : Koordinator Gerbang		
Tempat : Ruang Guru MTsN 1 Banyuwangi		
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa tujuan utama program gemar berbahasa asing di MTsN 1 Banyuwangi?	
2.	Bagaimana program ini dirancang dan diterapkan di sekolah?	
3.	Bahasa asing apa saja yang diajarkan, dan bagaimana metode pembelajarannya?	
4.	Apa strategi yang digunakan untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam program ini?	
5.	Bagaimana peran guru dalam mendukung keberhasilan program ini?	
6.	Bagaimana program gemar berbahasa asing berkontribusi dalam meningkatkan hubungan sekolah dengan masyarakat?	
7.	Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan program ini kepada orang tua dan masyarakat sekitar?	
8.	Apakah ada kerja sama dengan lembaga eksternal (misalnya, lembaga bahasa, universitas, atau komunitas bahasa)?	
9.	Bagaimana keterlibatan alumni atau pihak lain dalam mendukung program ini?	
10.	Bagaimana program ini mempengaruhi school branding dan reputasi sekolah?	
11.	Apakah ada peningkatan minat masyarakat dalam menyekolahkan anak mereka di MTsN 1 Banyuwangi setelah program ini berjalan?	
12.	Bagaimana program ini dipublikasikan melalui media sosial atau platform lain?	
13.	Apakah ada data atau evaluasi yang menunjukkan program dapat meningkatkan school branding?	
14.	Bagaimana evaluasi dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas program?	
15.	Apakah ada rencana pengembangan program gemar berbahasa asing ke depan?	
16.	Apa dukungan yang diharapkan dari berbagai pihak dalam pengembangan program ini?	

Biodata Mahasiswa



Nama : Maswanda Fazriyati, S.Pd.
 Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 02 November 2002
 Prodi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
 Universitas : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 NIM : 230106210016
 Alamat : Dusun. Krajan Desa. Benelanlor RT.02 RW.02
 Kec. Kabat Banyuwangi
 No. Hp : 082257864407
 Email : maswandafazriyati@gmail.com
 Nama Wali : ABD.Rochman
 Riwayat Pendidikan :
 Taman Kanak-Kanak : TK Khodijah 124 Benelanlor (2006-2008)
 Sekolah Dasar : MI Darul Falah Gombolirang (2008-2014)
 Sekolah Menengah Pertama : MTsN 10 Banyuwangi (2014-2017)
 Sekolah Menengah Atas : MAN 1 Banyuwangi (2017-2020)
 Perguruan Tinggi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2020-2024)
 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2023-2025)