

Strategi Kepala Madrasah Diniyah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Dan Minat Masyarakat Melalui Manajemen Humas Di Madrasah Diniyah Ar-Rohman Mlilir Dolopo Madiun

Muh Aris Umami¹, Samsudin², Arik Dwijayanto³

¹²³ Pascasarjana IAI Sunan Giri Ponorogo; Indonesia

Correspondence Email; arisanabil@gmail.com

Submitted: 15/03/2023

Revised: 27/04/2023

Accepted: 08/05/2023

Published: 29/06/2023

Abstract

This study aims to describe the strategy of the head of Madrasah Diniyah Ar-Rohman in improving the quality of education and community interest through the implementation of public relations management. The research questions addressed are: (1) how is public relations management implemented at Madrasah Diniyah Ar-Rohman to improve the quality of education, (2) how is public relations management implemented at Madrasah Diniyah Ar-Rohman to increase community interest, (3) what is the impact of public relations strategies on community interest, and (4) what challenges are encountered in its implementation. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach, and data collection techniques include observation, interview, and documentation. The data were then analyzed using the Miles and Huberman method to obtain final research results. The results of the study show that: (1) public relations management at Madrasah Diniyah Ar-Rohman serves as a key strategy to enhance the quality of education through strengthening social relationships, increasing community participation, and fostering an open institutional climate. (2) Public relations activities at Madrasah Diniyah Ar-Rohman are carried out through socio-religious approaches such as Islamic study sessions (pengajian), Dzikirul Ghofilin and Khotmil Qur'an, communal work, and personal communication with students' guardians and community leaders. (3) This public relations strategy has had a positive impact on increasing community interest, as indicated by the growing number of students and the community's active involvement in madrasah activities. (4) However, its implementation faces several challenges, including limited resources, low awareness of the importance of education, and minimal use of modern media. The head of the madrasah addresses these issues by building social networks and engaging in effective direct communication.

Keywords

community interest, education quality, headmaster strategy, public relations management.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

PENDAHULUAN

Penelitian ini berangkat dari identifikasi kesenjangan konseptual dan empiris dalam pengelolaan Madrasah Diniyah, terutama yang berkaitan dengan menurunnya minat masyarakat, keterbatasan sarana-prasarana, lemahnya tata kelola kelembagaan, serta belum optimalnya implementasi manajemen hubungan masyarakat (humas) (Ibrahim dkk., 2023). Secara normatif-ideal, Madrasah Diniyah diposisikan sebagai institusi pendidikan keagamaan nonformal yang strategis dalam pembentukan karakter religius peserta didik dan penguatan literasi keagamaan masyarakat (M.Pd.I, 2017). Namun, kondisi empiris menunjukkan bahwa lembaga ini tengah menghadapi berbagai tantangan, antara lain arus modernisasi, meningkatnya kompetisi dengan lembaga pendidikan formal, serta rendahnya tingkat awareness dan apresiasi masyarakat terhadap urgensi pendidikan agama. Kesenjangan antara idealitas dan realitas inilah yang menegaskan pentingnya penelitian ini untuk mengungkap strategi yang relevan dan efektif dalam memperkuat kembali peran Madrasah Diniyah di tengah dinamika sosial pendidikan kontemporer.

Kecemasan akademis dalam penelitian ini muncul akibat minimnya kajian yang secara komprehensif mengulas peran kepala Madrasah Diniyah dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi humas, padahal keberlangsungan lembaga ini sangat bergantung pada dukungan dan partisipasi masyarakat. Literatur yang ada menunjukkan bahwa fokus penelitian sebelumnya lebih banyak diarahkan pada madrasah formal seperti MI, MTs, dan MA, serta pesantren dan lembaga pendidikan keagamaan lainnya. Akibatnya, Madrasah Diniyah sebagai institusi pendidikan nonformal relatif kurang mendapatkan perhatian akademik, sehingga ruang kajian mengenai dinamika kepemimpinan, manajemen humas, dan strategi penguatan minat masyarakat di konteks lembaga ini masih belum tereksplorasi secara memadai..

Penelitian terdahulu yang relevan umumnya menelaah aspek-aspek yang berkaitan dengan manajemen humas, pencitraan lembaga, strategi promosi pendidikan, serta peran kepala madrasah dalam meningkatkan mutu kelembagaan. Namun, hingga saat ini belum ditemukan studi yang secara spesifik mengintegrasikan strategi kepemimpinan kepala Madrasah Diniyah dengan manajemen humas dalam upaya simultan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan memperkuat minat masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menempati posisi strategis dalam mengisi kekosongan kajian tersebut, khususnya dalam konteks lokal Madrasah Diniyah Ar-Rohman Mlilir Dolopo Madiun, sehingga berpotensi memberikan kontribusi teoretis maupun praktis yang signifikan bagi pengembangan manajemen lembaga pendidikan nonformal.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif penerapan manajemen humas dalam upaya peningkatan mutu pendidikan di Madrasah Diniyah, menguraikan strategi humas yang digunakan untuk memperkuat minat dan keterlibatan masyarakat, menganalisis dampak implementasi strategi tersebut terhadap tingkat partisipasi masyarakat, serta mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi kepala madrasah dalam melaksanakan fungsi manajerial dan kehumasannya.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan khazanah keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan Islam, khususnya terkait penguatan fungsi manajemen humas pada lembaga pendidikan nonformal seperti Madrasah Diniyah. Temuan penelitian diharapkan dapat memperkaya perspektif akademik mengenai hubungan antara kepemimpinan, strategi komunikasi kelembagaan, serta peningkatan mutu pendidikan berbasis komunitas. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan strategis bagi kepala Madrasah Diniyah dalam merumuskan langkah-langkah efektif untuk memperkuat citra lembaga, meningkatkan mutu layanan pendidikan, serta mendorong partisipasi dan dukungan masyarakat secara lebih optimal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali secara mendalam strategi kepala Madrasah Diniyah Ar-Rohman Mlilir Dolopo dalam mengelola manajemen humas sebagai upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga (Achjar dkk., 2023). Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap dinamika sosial, praktik komunikasi, serta pola interaksi yang berlangsung antara madrasah dan masyarakat sekitar, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Penelitian menggunakan studi kasus tunggal, dengan Madrasah Diniyah Ar-Rohman sebagai unit analisis (Ismayani, t.t.). Desain ini memungkinkan peneliti memeriksa secara mendalam bagaimana kepala madrasah merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi humas dalam konteks spesifik masyarakat Mlilir, yang memiliki karakteristik sosial-religius khas desa Jawa dengan tingkat ketergantungan tinggi pada hubungan komunitas (Rukajat, 2018).

Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder, yang mana data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan kepala madrasah, pengurus, guru, dan perwakilan masyarakat (wali murid, tokoh masyarakat) (Achjar dkk., 2023). Mereka dipilih karena memiliki pemahaman langsung tentang strategi komunikasi, aktivitas promosi keagamaan, serta respons masyarakat terhadap program-program madrasah.

Data sekunder berupa dokumen resmi Madrasah Diniyah Ar-Rohman, seperti visi-misi, program tahunan, laporan kegiatan, arsip pendaftaran santri, dan materi publikasi madrasah. Data ini dilengkapi dengan literatur dan regulasi terkait pengelolaan madrasah diniyah (Majid, 2017).

Beberapa teknik dipakai untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai praktik humas di Madrasah Diniyah Ar-Rohman, yaitu:

1. Wawancara mendalam, untuk menggali strategi kepala madrasah dalam membangun citra lembaga, menjaga komunikasi dengan masyarakat, dan menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di madrasah.
2. Observasi langsung, pada kegiatan belajar mengajar, kegiatan masyarakat, dan program humas seperti pengajian, kegiatan Ramadhan, atau interaksi informal kepala madrasah dengan warga.
3. Dokumentasi, meliputi arsip kegiatan, berkas administrasi, serta materi promosi yang digunakan madrasah dalam mengenalkan program-programnya.
4. Studi kepustakaan, sebagai dasar teoritis untuk memahami konsep manajemen humas dan kepemimpinan dalam pendidikan Islam nonformal (Sarosa, t.t.).

Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari:

1. Reduksi data, dengan menyeleksi informasi terkait strategi komunikasi kepala madrasah, bentuk kegiatan humas, dan faktor pendukung maupun penghambat.
2. Penyajian data, dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan hubungan antara strategi humas dan meningkatnya minat masyarakat.
3. Penarikan kesimpulan, melalui identifikasi pola dan tema emergen mengenai efektivitas strategi humas di konteks lokal Mlilir.
4. Validitas data diuji dengan triangulasi sumber melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (Achjar dkk., 2023).

Pendekatan kualitatif dengan studi kasus memungkinkan penelitian ini memotret secara komprehensif bagaimana kepala Madrasah Diniyah Ar-Rohman mengelola strategi humas dalam konteks sosial masyarakat Mlilir (Sidiq dkk., 2019). Metode ini menghasilkan gambaran mendalam tentang praktik komunikasi yang dijalankan, faktor pendukung dan penghambat, serta dampak strategi tersebut terhadap peningkatan minat masyarakat terhadap madrasah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa kepala Madrasah Diniyah Ar-Rohman Mlilir Dolopo menerapkan strategi manajemen humas melalui pendekatan personal, kelembagaan, dan kegiatan sosial-keagamaan (Kriyantono, 2017). Pendekatan personal terwujud dalam kunjungan rumah, dialog langsung, dan keterlibatan kepala madrasah dalam kegiatan masyarakat. Pendekatan kelembagaan dilakukan melalui penyebaran informasi program madrasah via grup WhatsApp wali santri, pamflet kegiatan, serta publikasi melalui media sosial. Upaya ini membuat madrasah lebih dikenal di masyarakat. Kegiatan-kegiatan sosial-keagamaan seperti pengajian umum, khotmil Qur'an dan Dzikirul Ghofilin, peringatan hari besar Islam, dan kegiatan Ramadhan menjadi sarana publikasi efektif sekaligus membangun kedekatan dengan masyarakat.

Penelitian mendapati bahwa kepala madrasah menegaskan citra lembaga sebagai pusat pembinaan akhlak, bukan hanya tempat mengaji (Rofiq, 2019). Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan kedisiplinan guru, efektivitas proses belajar, dan profesionalisme sederhana dalam penyelenggaraan kegiatan. Program unggulan seperti kelas tahfizh, pembiasaan ibadah, dan ekstrakurikuler keagamaan terbukti meningkatkan minat masyarakat. Orang tua menilai program tersebut menjawab kebutuhan pendidikan agama yang tidak sepenuhnya terpenuhi di sekolah formal.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan jumlah santri dalam dua tahun terakhir. Data dokumen pendaftaran membuktikan bahwa masyarakat memberikan respons positif terhadap aktivitas humas yang dilakukan. Penelitian ini juga menemukan peningkatan keterlibatan masyarakat dalam bentuk dukungan materiil dan moril, termasuk bantuan perbaikan fasilitas, penyediaan konsumsi kegiatan, dan kehadiran dalam musyawarah madrasah. Selain itu, penelitian menunjukkan masyarakat menunjukkan intensitas lebih tinggi dalam keterlibatan kegiatan madrasah sebagai bentuk kepercayaan terhadap kualitas pembinaan.

Penelitian juga menemukan sejumlah hambatan dalam penerapan strategi humas, yakni keterbatasan sarana prasarana, kurangnya SDM khusus humas, persepsi masyarakat yang beragam tentang urgensi pendidikan diniyah, dan kompetisi dengan pendidikan formal. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi kepala madrasah berhasil meningkatkan minat masyarakat dan mendukung perkembangan madrasah meskipun dalam kondisi sumber daya yang terbatas.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan kepala madrasah sejalan dengan model komunikasi dua arah simetris yang dikemukakan Grunig & Hunt (MM, 2019). Dalam model ini, keberhasilan komunikasi dicapai melalui dialog dan pertukaran informasi, bukan sekadar penyampaian pesan satu arah (Sudirjo dkk., 2023). Pendekatan personal yang dilakukan menjadi bukti implementasi komunikasi dialogis ini. Pendekatan kelembagaan, meski sederhana, mencerminkan transformasi menuju praktik humas modern. Pemanfaatan media sosial dan komunikasi digital memperluas jangkauan informasi, selaras dengan kebutuhan generasi muda yang melek teknologi. Kegiatan sosial-keagamaan yang digunakan sebagai media humas menunjukkan kesesuaian antara strategi komunikasi dan budaya masyarakat. Kegiatan tersebut memberi manfaat langsung bagi masyarakat sehingga menimbulkan simpati dan ketertarikan untuk mendukung madrasah.

Penguatan citra lembaga melalui peningkatan kualitas pembelajaran dan kedisiplinan menggambarkan bahwa kepala madrasah menerapkan kepemimpinan transformasional (Budiman dkk., 2021). Pemimpin tidak hanya mengarahkan, tetapi memberi teladan dan membangun visi yang jelas tentang pendidikan akhlak (Manzil & Muttaqin, 2024). Keberhasilan program unggulan dalam menarik minat masyarakat dapat dijelaskan dengan teori kognitif sosial Bandura (Abdullah, 2019). Masyarakat melihat perubahan perilaku anak yang menjadi “model” keberhasilan program. Ketika hasil pembinaan terlihat, masyarakat semakin memberikan dukungan.

Peningkatan partisipasi masyarakat merupakan indikator keberhasilan strategi humas. Partisipasi dalam bentuk dukungan materiil dan moril menunjukkan bahwa madrasah memiliki legitimasi dan kepercayaan sosial yang kuat. Temuan ini selaras dengan teori pendidikan berbasis komunitas yang menekankan bahwa lembaga pendidikan harus tumbuh bersama masyarakat (Ph.D, 2019). Madrasah Diniyah Ar-Rohman menunjukkan karakteristik ini melalui pelibatan masyarakat dalam musyawarah program dan kegiatan pendidikan.

Tantangan yang ditemukan mengindikasikan perlunya penguatan kapasitas kelembagaan, terutama dalam penyediaan fasilitas dan pelatihan SDM humas. Tanpa penguatan ini, keberlanjutan strategi humas dapat terhambat. Kompetisi dengan pendidikan formal dan variasi persepsi masyarakat menunjukkan pentingnya edukasi publik tentang peran pendidikan diniyah. Madrasah perlu menegaskan nilai tambah yang tidak diberikan oleh pendidikan formal (Famella dkk., 2024). Secara konseptual, temuan ini memperkuat asumsi bahwa humas bukan sekadar alat promosi,

tetapi instrumen strategis untuk membangun hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan partisipasi. Strategi kepala madrasah berhasil meskipun dalam keterbatasan sarana karena memanfaatkan kekuatan relasi sosial, bukti kualitas, dan kegiatan komunitas. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan humas tidak selalu bergantung pada teknologi tinggi, tetapi pada kemampuan memahami konteks social (Umar, 2016). Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa lembaga pendidikan nonformal seperti madrasah diniyah dapat memiliki daya saing tinggi jika dikelola dengan pendekatan komunikasi yang efektif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memperluas pemahaman mengenai manajemen humas di pendidikan Islam nonformal, terutama yang berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, pembahasan menegaskan bahwa strategi humas kepala Madrasah Diniyah Ar-Rohman telah sesuai teori, kontekstual dengan budaya lokal, dan berdampak nyata terhadap peningkatan minat masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi humas yang diterapkan kepala Madrasah Diniyah Ar-Rohman Mlilir Dolopo—melalui pendekatan personal, kelembagaan, dan kegiatan sosial-keagamaan—berhasil meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap lembaga. Penguatan citra madrasah, pemanfaatan media digital, serta pengembangan program unggulan seperti tahfizh dan pembiasaan ibadah terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan pendidikan agama yang tidak sepenuhnya tersedia di sekolah formal. Dampaknya terlihat pada peningkatan jumlah santri serta keterlibatan masyarakat dalam bentuk dukungan materiil dan moril.

Meskipun demikian, penelitian menemukan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan sarana prasarana, minimnya SDM humas, persepsi masyarakat yang beragam mengenai pendidikan diniyah, dan kompetisi dengan pendidikan formal. Tantangan ini menunjukkan perlunya penguatan kapasitas kelembagaan dan strategi komunikasi yang lebih inovatif. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peran kepala madrasah sebagai komunikator dan penggerak komunitas sangat menentukan keberhasilan manajemen humas di lembaga pendidikan Islam nonformal, serta menjadi acuan penting bagi pengembangan strategi humas di madrasah diniyah lainnya.

REFERENSI

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory: A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia: Kajian Ilmiah Psikologi*, 18(1), 85–100. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Budiman, M., Potabuga, Y. F., Fitriya, D., Hasanah, U., Fadil, A., Salam, A., Tawary, B. I., Musafa, A., Rizqi, A. A., & Putri, D. I. I. (2021). *Kepemimpinan Islam: Teori Dan Aplikasi*. Edu Publisher.
- Famella, S., Susardi, S., Sitohang, R. Z., Budiarti, I. A., Haris, M., Yusmita, Y., Adinar, A., Susanti, L., Aisyah, S., Alfazli, M. A., indrianti, S., Yunarti, L., Alfaizan, A., & Ginting, N. B. (2024). *Kajian Pengelolaan Sistem Pendidikan*. CV. Gita Lentera.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., Simanihuruk, P., Rusmayadi, G., Nursanty, E., & Lolang, E. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ismayani, A. (t.t.). *METODOLOGI PENELITIAN*. Syiah Kuala University Press.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: Aplikasi penelitian & praktik*. Kencana.
- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit Aksara Timur.
- Manzil, K. L., & Muttaqin, M. I. (2024). *Kepemimpinan Dalam Pendidikan Islam (Pengertian, Karakteristik Kepemimpinan Rasulullah, Karakteristik Kepemimpinan Pendidikan Islam, dan Keberhasilannya)*. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(7), 734–743.
- MM, R. G., S. Sos. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Jakad Media Publishing.
- M.Pd.I, H. N. (2017). *Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Pesantren*. Formaci.
- Ph.D, P. A. A., M. A. ., M. Phil. (2019). *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di tengah Tantangan Milenium III*. Prenada Media.
- Rofiq, C. (2019). *Kepemimpinan transformasional dalam lembaga pendidikan madrasah*. *Jurnal Penelitian Agama*, 20(2), 203–226. <https://doi.org/10.24090/jpa.v20i2.2019.pp203-226>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Sarosa, S. (t.t.). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.

- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–228.
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, N., Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anis Anshari, M., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, dan Implementasi.
- Umar, M. (2016). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Dalam Pendidikan. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 18–29. <https://doi.org/10.22373/je.v2i1.688>

