LANGKAH STRATEGIS MTsN 3 PONOROGO DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI MADRASAH UNGGULAN DI ERA *SOCIETY*

SKRIPSI

OLEH:

NIO NILASARI NUR VALENTIN

NIM. 206190053

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

LANGKAH STRATEGIS MTsN 3 PONOROGO DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI MADRASAH UNGGULAN DI ERA *SOCIETY*

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Manajemen Pendidikan Islam

OLEH:

NIO NILASARI NUR VALENTIN

NIM. 206190053

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nio Nilasari Nur Valentin

NIM : 206190053

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Judul : Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Pembimbing

Tanggal: 06 Maret 2023

DIAN PRATIWI, S.E., MM.

NIP. 198608092020122010

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Dr. ATHOK FUADI, M. Pd.

NIP. 197611062006041004

PONOROGO

KEMENTERIAN AGAMA RI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudari:

Nama	: Nio Nilasari Nur Valentin
NIM	: 206190053
Fakultas	: Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian	: Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era Society

Telah dipertahankan pada sidang munaqosah di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari	: Senin
Tanggal	: 17 April 2023

dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada:

Hari	: Rabu
Tanggal	: 3 Mei 2023

Ponorogo, 3 Mei 2023
Mengesahkan
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP.196807051999031001

Tim Penguji :

Ketua Sidang	: Dr. Athok Fuadi, M.Pd.	( )
Penguji I	: Dr. Ahmadi, M.Ag.	( )
Penguji II	: Dian Pratiwi, S.E., M.M.	( )

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nio Nilasari Nur Valentin
NIM : 206190053
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apapun di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ponorogo, 06 Maret 2023

Yang membuat pernyataan

Nio Nilasari Nur Valentin

NIM. 206190053

PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Nio Nilasari Nur Valentin
NIM	:	206190053
Fakultas	:	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan	:	Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi	:	Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut menjadi tanggung jawab penulis.

Ponorogo, 22 Mei 2023

Penulis

Nio Nilasari Nur Valentin

NIM 206190053

PONOROGO

MOTO

وَاِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَآءَ رَحْمَةٍ مِّنْ رَّبِّكَ تَرْجُوْهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُوْرًا

Artinya :

"Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut."

Al-Isra' : 28[1]

[1] Al-Qosbah, *Al-Qur'an* (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021),285.

ABSTRAK

Valentin, Nio Nilasari Nur. 2023. Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*. **Skripsi.** Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyan dan Ilmu Keguruan Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing, Dian Pratiwi, S.E., M.M.

Kata Kunci: Strategi, Citra, Madrasah Unggulan, Era *Society*

Kuantitas dan kualitas peserta didik merupakan aspek penting dalam dunia pendidikan. Citra merupakan eksistensi dari sebuah lembaga pendidikan. Dengan adanya citra yang baik maka berdampak pada meningkatnya minat konsumen pendidikan. Penelitian ini dilakukan di MTsN 3 Ponorogo. MTsN 3 Ponorogo merupakan madrasah yang berada di wilayah Kecamatan Babadan. Sebagai upaya untuk bersaing dengan sekolah lain di wilayah tersebut maka membangun citra menjadi suatu kebutuhan setiap lembaga. Tak terkecuali di MTsN 3 Ponorogo yang harus melakukan upaya membangun citra yang unggul dibanding sekolah lainnya. Untuk membangun citra tersebut maka diperlukan yang namanya strategi yang tepat agar madrasah tetap eksis dalam melakukan pesaingan di tengah maraknya perkembangan zaman saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah strategis yang digunakan MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madarasah unggulan di era *society* melalui (1) Manajemen *Public Relation*, (2) Pengimplementasian strategi dalam membangun citra, (3) Analisis SWOT dalam mempertahankan citra.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam wawancara meliputi Kepala Madrasah, Wakil Kepala Bidang Humas, Civitas Akademika, Siswa, dan masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya membangun citra yang telah di lakukan MTsN 3 Ponorogo melalui program kelas bina prestasi dan pembiasaan. Program kelas bina prestasi ini di informasikan melalui media sosial. Pembentukan citra juga dibangun melalui penciptaan konten komunikasi pemasaran yang diarahkan pada pembentukan citra madrasah unggulan. Penggunaan sosia media digital menjadi bukti bahwa madrasah merespon perkembangan era *society* yang menuntut adanya penerapan teknologi dalam menyusun strategi lembaga. Strategi yang digunakan MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra melalui beberapa cara yaitu memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, melakukan promosi atau kunjungan ke sekolah, melalui kegiatan olimpiade tingkat SD/MI, dan melalui kegiatan bersama masyarakat. Selain itu analisi SWOT digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal lembaga. Kemudian analisis SWOT digunakan untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang digunakan untuk membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *society*.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillahi Rabbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sebagaimana mestinya. Shalawat salam senantiasa tercurah limpahkan kepada *Nabiyyina* Muhammad Saw, yang telah membawa manusia dari kegelapan gulita menuju zaman terang benderang seperti yang kita rasakan sampai saat ini. Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yang selalu memberi dukungan, dorongan dan motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag., selaku Rektor IAIN Ponorogo yang telah memberikan kesempatan penulis menimba ilmu di almamater tercinta.
2. Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Ponorogo.
3. Dr. Athok Fuadi, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang selalu memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dian Pratiwi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sangat sabar dalam membimbing dan memberikan motivasi serta banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya kepada saya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak H. Agus Darmanto selaku Kepala Madrasah sekaligus informan di MTsN 3 Ponorogo serta jajaran Bapak/Ibu Guru MTsN 3 Ponorogo yang telah memberikan izin penulis untuk melaksanakan penelitian serta memberikan waktu luang, dukungan, dan kelancaran dalam penelitian selama disana.
6. Masyarakat sekitar dan siswa MTsN 3 Ponorogo yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai informan dalam penelitian penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada beliau semua atas bantuan dan jasanya yang diberikan kepada penulis. Dengan adanya penulisan skripsi ini penulis berharap dapat mewujudkan apa yang menjadi maksud dan tujuan dari penyajian skripsi ini. kesempurnaan hanya milik Allah Swt semata, maka dari itu penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, sebagai harapan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi adalah kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak. Akhir kata, dengan mengucap *hamdalah* semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. *Aamiin.*

Ponorogo, 06 Maret 2023

Peneliti

Nio Nilasari Nur Valentin

NIM. 206190053

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL……..……..……..i

HALAMAN JUDUL……..……...…ii

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING……iii

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA……..……iv

PERSEMBAHAN…….……..v

MOTO ……vii

ABSTRAK ……viii

KATA PENGANTAR ……ix

DAFTAR GAMBAR …….…...xi

DAFTAR LAMPIRAN ……...xvi

BAB I ……..1

PENDAHULUAN ……1

A. Latar Belakang ……1

B. Fokus Penelitian……...8

C. Rumusan Masalah……8

D. Tujuan Penelitian ……9

E. Manfaat Penelitian……9

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN……10

BAB II……12

KAJIAN PUSTAKA ……..12

A. Kajian Teori……12

PONOROGO

1. Manajemen Strategik.....12

2. Manajemen Public Relation……...24

a. Pengertian Manajemen…….. 26

b. Fungsi Manajemen Humas…….28

c. Ruang lingkup Public Relation ……..31

d. Peran, Fungsi, dan Tujuan Public Relation……32

e. Hubungan Masyarakat (Humas) Sekolah ……..37

3. Citra……38

4. Madrasah Unggulan ……...45

a. Karakteristik Madrasah Unggulan ……47

5. Era Society 5.0 ……...53

B. Kajian Penelitian Terdahulu ……57

C. Kerangka Pikir……67

BAB III METODE PENELITIAN…………68

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian ……68

B. Data dan Sumber Data ……68

C. Teknik Pengumpulan Data……69

D. Teknik Analisis Data ……71

E. Pengecekan Keabsahan Penelitian……73

F. Tahap penelitian ……73

BAB IV……..75

HASIL DAN PEMBAHASAN ……75

PONOROGO

A. Gambaran Umum Latar Penelitian ……75

1. Sejarah Berdirinya MTsN 3 Ponorogo daftar isi……75

2. Letak geografis MTsN 3 Ponorogo……76

3. Visi, Misi, dan Tujuan MTsN 3 Ponorogo……76

4. Struktur Organisasi MTsN 3 Ponorogo ……79

5. Tenaga Pendidik dan Kependidikan MTsN 3 Ponorogo……80

6. Keadaan Sarana dan Prasaran MTsN 3 Ponorogo ……83

7. Prestasi ……...84

B. Deskripsi Data……85

1. Manajemen Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan …….…… 89

2. Civitas Akademika MTsN 3 Ponorogo Mengimplementasikan Strategi dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era Society 5.0. ……98

3. MTsN 3 Ponorogo Merespon Peluang dan Tantangan……... 103

C. Pembahasan……..109

1. Analisis Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan…… 109

2. Analisis Civitas Akademika Mengimplementasikan Strategi Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era Society……. ……116

3. Analisis MTsN 3 Ponorogo merespon peluang dan tantangan dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan di era society…….....119

BAB V…………..125

PENUTUP **……**……125

A. Kesimpulan ……..125

B. Saran ……126

Daftar Pustaka……..128

PONOROGO

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian terdahulu…….65

Tabel 4.1 Table Visi MTsN 3 Ponorogo……76

Tabel 4.2 Misi MTsN 3 Ponorogo ……77

Tabel 4.3 Tujuan MTsN 3 Ponorogo ……78

Tabel 4.4 DATA GURU DAN PEGAWAI ……80

Tabel 4.5 Data Sarana dan Prasaran MTsN 3 Ponorogo……83

PONOROGO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik jumlah siswa MTsN 3 Ponorogo ……..3

Gambar 1.2 Perjalanan Era Revolusi Industri ……6

Gambar 2.1 Perjalanan Revolusi Industri……..55

Gambar 2.2 Kerangka Pikir Langkah Strategis ……67

Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data……71

Gambar 4.1 Struktur Organisasi MTsN 3 Ponorogo Tahun 2022/2023 ……80

Gambar 4.2 Implementasi Kriteria Madrasah Unggulan di MTsN 3 Ponorogo.....91

Gambar 4.3 Manajemen PR MTsN 3 Ponorogo.....97

Gambar 4.4 Bagan Implementasi Strategi dalam membangun citra……100

Gambar 4.5 Analisis SWOT MTsN 3 Ponorogo dalam mempertahankan citra …….108

Gambar 4.6 Bagan Problem Solving SWOT dalam mempertahankan citra……124

PEDOMAN TRANSLITERASI

Sistem transliterasi Arab-Indonesia yang dijadikan pedoman dalam penulisan skripsi ini adalah sitem *Istitute of Islamic Studies*, McGill University, yaitu sebagai berikut:

ء	=	‘	ز	=	Z	ق	=	Q
ب	=	b	س	=	S	ك	=	K
ت	=	t	ش	=	sh	ل	=	L
ث	=	Th	ص	=	ṣ	م	=	M
ج	=	J	ض	=	ḍ	ن	=	N
ح	=	Ḥ	ط	=	ṭ	ه	=	H
خ	=	kh	ظ	=	ẓ	و	=	W
د	=	D	ع	=	’	ي	=	Y
ذ	=	dh	غ	=	Gh			
ر	=	r	ف	=	F			

Ta’ Marbūṭa tidak ditampakkan kecuali dalam susunan *idāfa*, huruf tersebut ditulis t. Misalnya: فطانة = *faṭāna*; فطانة النبى = *faṭānat al-nabī*

Diftong dan Konsonan Rangkap

أو	=	aw	أو	=	ū
أي	=	ay	اي	=	ī

Konsonan rangkap ditulis rangkap, kecuali huruf *waw* yang didahului *ḍamma* dan huruf *yā’* yang didahului *kasra* seperti tersebut dalam tabel.

Bacaan panjang

ا	=	Ā	اي	=	Ī	أو	=	Ū

ال	=	*al-*	الش	=	*al-sh*	و ال	=	*wa’l-*

Kata Sandang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah usaha sadar dan sistematis. Pendidikan merupakan proses pendewasaan peserta didik agar dapat mengembangkan bakat, potensi, dan ketrampilan yang dimiliki lewat pengajaran, pelatihan, ataupun riset. Pembelajaran kerap terjalin dibawah bimbingan orang lain akan tetapi membolehkan secara belajar sendiri. Pembelajaran berperan meningkatkan keahlian serta membentuk sifat dan peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa serta bertujuan buat meningkatkan kemampuan partisipan didik supaya jadi manusia yang beriman serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, serta jadi masyarakat Negeri yang demokratis dan bertanggungjawab. Fungsi pendidikan adalah menghilangkan segala sumber penderitaan rakyat dari kebodohan dan ketertinggalan.[2]

Pendidikan mempunyai kedudukan yang sangat berarti dalam upaya kenaikan mutu sumber daya manusia kearah yang lebih baik. Dengan terdapatnya pembelajaran diharapkan sanggup membentuk partisipan didik yang bisa meningkatkan perilaku pengetahuan,

[2] I Wayan Cong Sujana, "Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia," *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar* 4, no. 1 (2019): 30.

ketrampilan, serta kecerdasan intelektualnya supaya jadi manusia yang pintar terampil, serta berakhlak mulia. Jalan pembelajaran resmi merupakan jalan pembelajaran yang terstruktur serta berjenjang yang terdiri atas pembelajaran bawah pembelajaran menengah, serta pembelajaran besar.

Di Indonesia lembaga pendidikan Islam sudah berkembang sangat pesat. Lembaga pendidikan Islam ini meliputi madrasah dan pondok pesantren. Madrasah merupakan lembaga pendidikan Islam modern yang berangkat dari perkembangan pendidikan pesantren. Madrasah ada sejak dahulu kala sebelum Belanda menjajah Indonesia. Madrasah ini dulunya bernama lembaga pendidikan Islam yang mengorientasikan kegiatannya untuk mendidik para siswanya mendalami ilmu agama. Untuk mengimbangi kemajuan zaman pemerintah menyebarkan pendidikan model barat atau sekolah umum. Sehingga dari kalangan umat Islam muncul keinginan untuk mengakulturasikan lembaga pendidikan Islam dengan sekolah umum sehingga mereka mendirikan madrasah.[3]

Lembaga pendidikan memiliki peran utama dalam membangun kesadaran sosial anak. Upaya memfokuskan perilaku individu anak dengan kesadaran sosial merupakan satu-satunya cara untuk menciptakan kehidupan sosial yang baik. Esensi hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat adalah dengan cara meningkatkan keterlibatan, kepemilikan dan dukungan dari masyarakat terutama dukungan moril dan finansial.

[3] Hasri, "*Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam*," Al- Khwarizmi, 2.1 (2014), 72.

Selain itu untuk menjalin kerjasama dan bertanggungjawab terhadap keberhasilan dan kemajuan pendidikan.[4]

Dalam PP No. 28 tahun 1990 tentang Pendidikan Dasar dikutip dalam pasal 4 ayat 3 bahwa Sekolah Dasar dan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama yang berciri khas Agama Islam yang diselenggarakan oleh Departemen Agama masing-masing disebut sebagai Madrasah Ibtidaiyah dan Madrasah Tsanawiyah.[5] Sejak berdiri madrasah sudah menekankan pada disiplin ilmu kaidah, syariah serta akhlak.[6] Madrasah adalah tempat pembelajaran yang membagikan ilmu pembelajaran serta pengajaran agama ataupun universal yang terletak dibawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Madrasah berasal dari kata bahasa Arab yang bermakna tempat belajar. Madrasah berdiri sebab ketidakpuasan warga dengan sistem pesantren, sehingga lahirlah lembaga ini.[7]

Pada saat ini sudah banyak lembaga pendidikan Islam yang berkembang. Dengan dukungan partisipasi masyarakat menjadikan lembaga pendidikan Islam semakin marak diminati. Hal ini dikarenakan ada beberapa alasan orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan Islam. Alasan tersebut antara lain mereka memiliki harapan agar anak mereka kelak memiliki akhlak dan moral yang sesuai

---

[4]Suardi M, *"Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan," Kelola: Journal of Islamic Education Management,* 2.2 (2017), 118–119.

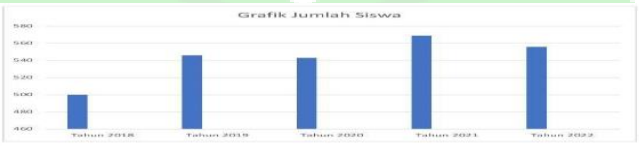
[5] Presiden Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 1990 Tentang Pendidikan Dasar," n.d., http://www.bphn.go.id/data/documents/90pp028.pdf.

[6] S Amrullah, "*Creative Teaching Strategies For The Digital Era*," Jurnal Administrastrasi Pendidikan, 28.28 (2021), 2

[7] A Zuhdi, "*Madrasah Sebagai Tipologi Lembaga Pendidikan Islam (Kajian Tentang Berbagai Model Madrasah Unggulan) Madrasah*, 5.1 (2012), 2.

dengan Al-Qur'an dan Sunnah, banyak orang tua yang setuju terkait program pendidikan agama hal ini merupakan salah satu motivasi terbesar mereka memasukkan anak-anaknya ke sekolah berbasis Islam, dan adanya program kelas tahfidz yang dimana program ini bisa ditempuh melalui jalur pendidikan pesantren maupun non pesantren.

Dikutip dari blog Kemenag Ponorogo, Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo menjelaskan bahwa di MTsN 3 Ponorogo ini dari tahun ke tahun mengalami penambahan jumlah peserta didik. Di Tahun 2018 MTsN 3 Ponorogo memiliki jumlah siswa sebanyak 500. Kemudian di tahun 2019 MTsN 3 Ponorogo memiliki siswa berjumlah 546.[8] Di tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 543 siswa. Kemudian di tahun 2021 bertambah menjadi 569. Berdasarkan data terakhir yang didapat peneliti jumlah siswa MTsN 3 Ponorogo di tahun 2022 ini berjumlah 556 siswa.[9] Hal ini menunjukkan bahwasannya terjadinya penurunan jumlah siswa pada tahun 2021 ke tahun 2022. Pada gambar dibawah ini terlihat terjadi naik turun dalam 5 tahun terakhir.



Gambar 1.1 Grafik jumlah siswa MTsN 3 Ponorogo

Perkembangan jumlah siswa ini dikarenakan animo masyarakat yang tinggi terhadap lembaga pendidikan Islam khususnya madrasah.

[8]Isn, "Kepala Kankemenag Ponorogo Kunjungi MTsN 3," Kemenag Ponorogo, 2019 <https://jatim.kemenag.go.id/berita/510693/kepala-kankemenag-ponorogo-kunjungi-mtsn-3> diakses 15 November 2022, pukul 15:39 WIB.

[9] Hasil Wawancara dengan Ibu Nisa' Pada 15 September 2022 pukul 11:47 WIB."

Animo masyarakat yang tinggi ini berasal dari sebagian usaha pihak *public relation* selaku humas madrasah dalam menarik minat konsumen pendidikan. *Public relation* bertugas untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Hal ini sangat penting karena masyarakat merupakan konsumen pendidikan.

Public Relation merupakan suatu proses interaksi dengan tujuan menghasilkan opini publik selaku input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, menanamkan penafsiran, meningkatkan motivasi dan partisipasi publik dengan tujuan menanamkan kemauan baik, keyakinan bersama, serta citra baik yang diciptakan.

Tugas utama *public relations* adalah membangun citra lembaga dan mempertahankan citra yang sudah terbentuk. Peran humas di lembaga pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting. Peranan humas diantaranya membangun citra lembaga pendidikan, melakukan komunikasi publik yang efektif, dan berpartisipasi dalam peluncuran produk atau jasa baru yang akan diberikan. Dalam menjalankan perannya, humas perlu menjalin kerjasama dan komunikasi yang harmonis dengan pihak internal lembaga pendidikan.[10]

Citra dalam suatu lembaga terutama pendidikan adalah sebuah aset yang begitu berharga bagi lembaga pendidikan untuk menunjukkan eksistensi dan kualitas dari lembaga, sehingga perlu adanya penjagaan dan pengawasan terhadap citra lembaga pendidikan baik dari internal maupun

[10] Priscilla Adelina dan Amrozi Khamidi, *"Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Sekolah Unggulan Pada Tingkat Smp,*" Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume, 10.2 (2018), 289.

eksternal. Citra adalah salah satu parameter untuk mengukur kesan masyarakat terhadap madrasah sehingga perlu adanya perhatian dalam lembaga pendidikan. Disini, lembaga pendidikan harus menanamkan citra positif di mata masyarakat melalui komunikasi dan keterbukaan dengan baik kepada masyarakat.

Dalam konteks inilah langkah strategis humas dalam membangun citra menjadi sangat urgen sebagai upaya agar madrasah memiliki citra positif serta meningkatkan jumlah konsumen pendidikan Islam. Langkah strategis ini dibarengi dengan pengimplementasian manajemen humas dalam menjalankan setiap kegiatan. Manajemen humas merupakan suatu hal yang tidak bisa ditinggalkan. hal ini dikarenakan manajemen humas merupakan salah satu bagian terpenting dalam membangun citra lembaga pendidikan.

Manajemen strategik berperan sebagai pemberi arah jangka panjang yang akan dituju oleh sebuah lembaga pendidikan atau organisasi. Selain itu dengan adanya manajemen strategik ini diharapkan lembaga pendidikan dapat membuat strategik yang lebih baik baik secara sistematis maupun rasional.

Manajemen strategik dalam pendidikan merupakan perencanaan berskala besar yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh serta diresmikan selaku keputusan manajemen puncak yang bertabiat mendasar supaya membolehkan organisasi berhubungan secara efisien dalam usaha menciptakan barang dan jasa serta pelayanan yang berkualitas dengan arahan pengoptimalisasian tujuan serta bermacam sasaran

organisasi. Peran manajemen strategik merupakan salah satu hal yang penting. Setiap lembaga pendidikan harus mampu menerapkan analisis SWOT dalam menjalankan setiap kegiatan yang ada.

Seiring perkembangan zaman teknologi berkembang sesuai dengan kebutuhan manusia. Diera saat ini 5.0 atau *society* banyak manusia yang sudah menggunakan teknologi sesuai dengan kegunaanya. Perkembangan teknologi ini marak di kalangan anak kecil hingga orang dewasa, sehingga menuntut lembaga pendidikan harus mampu mengembangkan dan menggunakan teknologi dalam membantu pekerjaan di sekolah.

Era *Society* merupakan sebuah perkembangan konsep masyarakat yang berpusat pada manusia yang menggunakan ilmu pengetahuan berbasis teknologi. Di era *society* 5.0 ini manusia dituntut mampu menyelesaikan berbagai tantangan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang telah lahir dari perkembangan revolusi industri 4.0. Pada era *society* 5.0 tenaga pendidik dituntut harus mampu menggunakan teknologi sebagai sarana pembelajaran. Sehingga di Era *society* ini pembelajaran tidak fokus pada buku saja akan tetapi dari berbagai informasi yang berkembang seperti jurnal dan buku elektronik. Era *Society* memiliki dimensi 4C yang meliputi *Creativity, Critical Thinking, Communication, Collaboration.* Dalam sebuah lembaga pendidikan harus memiliki 4C tersebut sebagai usaha dalam menerima dan merespon perkembangan era *Society*.

Gambar 1.2 Perjalanan Era Revolusi Industri[11]
Sumber: https://nawacita.co/index.php/2019/08/06/membangun-kualitas-sdm-di-era-revolusi-industri-4-0/

Era *Society* 5.0 menekankan peserta didik dalam meningkatkan dan mengembangkan kreatifitas dan ketrampilan dengan menerapkan *soft skill* dan *hard skill* dalam menggunakan berbagai teknologi yang semakin canggih. Selain itu era *society* ini memberikan kontribusi besar terhadap dunia pendidikan salah satunya yaitu dengan adanya inovasi pembelajaran berbasis teknologi memudahkan siswa belajar tanpa batas. Dalam hal ini siswa dapat mengakses pembelajaran dimana saja dan kapan saja.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada program kelas bina prestasi multimedia dimana hal ini merupakan salah satu upaya MTsN 3 Ponorogo menerima dan merespon perkembangan era *Society*. Disamping itu dalam pemanfaatan media sosial juga melibatkan para siswa sehingga hal ini menuntut para siswa untuk mengembangkan sikap kreatif dan terampil dalam segala bidang agar terciptanya konten video yang menarik.

MTsN 3 Ponorogo adalah lembaga pendidikan formal yang berada dibawah naungan Kementerian Agama dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. MTsN 3 Ponorogo ini merupakan madrasah unggulan yang berorientasi unggul dalam IMTAQ dan IPTEK serta peduli lingkungan.

[11]Membangun Kualitas SDM di Era Revolusi Industri 4.0," https://nawacita.co/index.php/2019/08/06/membangun-kualitas-sdm-di-era-revolusi-industri-4-0/. Diakses 19 Februari 2023,pukul 19:59 WIB.

MTsN 3 Ponorogo adalah Madrasah Adiwiyata sejak tahun 2019 hingga saat ini. MTsN 3 Ponorogo sudah banyak meraih prestasi baik dalam bidang akademik maupun non akademik tingkat nasional maupun internasional. MTsN 3 Ponorogo baru-baru ini memperoleh juara umum SAC XV 2023 MAN 2 Ponorogo. MTsN 3 Ponorogo merupakan salah satu madrasah yang mendukung perkembangan teknologi informasi dan menerima adanya dampak dari era *society* ini. Hal ini dibuktikan dengan peraihan juara dalam bidang teknologi yaitu prestasi juara 3 film pendek. Hal ini menunjukkan bahwa siswa di dukung penuh dalam pengembangan kreatifitas dan ketrampilan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan Di Era *Society* 5.0**"

B. Fokus Penelitian

Dengan melihat luasnya pembahasan latar belakang diatas, maka penulis memfokuskan pada "**Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society***".

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah meneliti tentang Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra

Sebagai Madrasah Unggulan di Era Society 5.0 dengan sejumlah pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Manajemen *Public Relation* dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di MTsN 3 Ponorogo?
2. Bagaimana Civitas Akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasikan strategi dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *society* 5.0?
3. Bagaimana MTsN 3 Ponorogo merespon peluang dan tantangan dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan di era *society* 5.0?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan Menganalisis Manajemen *Public Relation* dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di MTsN 3 Ponorogo.
2. Mengetahui dan Menganalisis Civitas Akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasikan strategi dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society* 5.0.
3. Mengetahui dan Menganalisis MTsN 3 Ponorogo Merespon Peluang Dan Tantangan *Society* 5.0 Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society* 5.0.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. **Secara Teoritis.** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang faktual didasarkan pada konsep manajemen strategik dan public relation, serta dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society* 5.0.
2. **Secara Praktis:**
   a. **Bagi IAIN Ponorogo.** Diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi, masukan serta pemahaman dalam bidang ilmu manajemen public relation sesuai dengan teori Cutlip dkk dalam menghadapi perkembangan zaman saat ini serta pemahaman dalam pengimplementasian analisis SWOT.
   b. **Bagi Lembaga Madrasah di Indonesia.** Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi berbagai lembaga pendidikan di Indonesia baik swasta maupun negeri khususnya dalam bidang manajemen strategik dan *public relation* agar citra sebuah lembaga dapat tercipta dengan baik.
   c. **Bagi para praktisi Public Relations dan Masyarakat.** Dengan adanya penelitian ini diharapkan para praktisi *public relations* dan masyarakat di lapangan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya membangun citra khususnya pada pendidikan berbasis madrasah.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan penulisan proposal skripsi ini dan agar dapat dicerna, maka diperlukan sebuah sistematika pembahasan. Dalam

penelitian ini, peneliti mengelompokkan lima bab yang masing-masing bab terdiri dari sub bab yang saling berkaitan antara satu sama lainnya. Sistematika pembahasan skripsi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I Terkait pendahuluan yang merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran bagi laporan hasil penelitian secara keseluruhan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan dan jadwal penelitian.

BAB II Menjelaskan tentang kajian pustaka yang meliputi tentang Manajemen Strategik, Manajemen *Public Relation*, Citra, Madrasah Unggulan, dan Era *Society* 5.0. Serta menjelaskan temuan hasil penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III Memuat tentang metode penelitian. Dalam bab ini berisi tentang: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap penelitian.

BAB IV Berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran umum latar penelitian, deskripsi data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Berisi penutup. Bab ini merupakan terakhir dari semua serangkaian pembahasan dari bab I sampai IV. Bab ini

dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami intisari dari penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.

PONOROGO

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Strategik

a. Pengertian Manajemen Strategik

Strategi disusun untuk membentuk respon terhadap perubahan eksternal yang relevan dari suatu organisasi. Perubahan eksternal tersebut tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan internal dari suatu organisasi sampai seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar untuk memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini.

Menurut Stephanie K Marrus dalam buku H. Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab mengemukakan bahwa strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.[12]

Menurut Alfred Chandler dalam buku Taufiqurokhman mengatakan bahwa strategi adalah suatu penentuan sasaran dan tujuan dasar jangka panjang dari suatu organisasi (perusahaan) serta

[12] Abd Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 3-4.

pengadopsian perangkat tindakan serta alokasi sumber-sumber yang perlu untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut. Dalam kajian Henry Mintzberg dalam buku Taufiqurokhman mencatat bahwa setidaknya strategi tidak sekedar memiliki dua elemen perencanaan dan pola. Ia mengungkap bahwa definisi strategi telah berkembang dengan tiga P baru yaitu posisi, perspektif, dan penerapan.[13]

Menurut Fred R. David dalam buku Taufiqurokhman, manajemen strategi adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategi diwujudkan dalam bentuk perencanaan berskala besar mencakup seluruh komponen di lingkungan sebuah organisasi yang dituangkan dalam bentuk rencana strategis (renstra) yang kemudian dijabarkan menjadi perencanaan operasional, yang selanjutnya dijabarkan pula dalam bentuk program kerja dan proyek tahunan.[14]

Manajemen strategi menurut Ismail Solihin ialah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bila definisi ini dikaitkan dengan terminologi, maka manajemen strategi dapat pula didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan

[13] Taufiqurokman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2016), 25-26.

[14] Taufiqurokman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2016)15-16.

tindakan strategi madrasah dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.[15]

Manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang digunakan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang berdaya saing tinggi dan sesuai bagi perusahaan dan lingkungannya untuk mencapai sasaran organisasi.[16]

Proses manajemen strategi meliputi empat elemen dasar yaitu; (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) evaluasi, serta (4) pengendalian. Pada level korporasi, proses manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan sampai dengan evaluasi kerja.[17]

Manajemen strategi memainkan peran yang besar dari apa yang dilakukan manajer. Manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi. Ini merupakan tugas penting yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar- perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian.[18] Manajemen merupakan hal yang penting karena organisasi bersifat kompleks dan beragam.

Dari definisi-definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian manajemen strategi adalah suatu kegiatan mengatur, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian suatu rencana madrasah untuk dapat mewujudkan tujuan yang ingin dicapai

---

[15] Ismail Sholihin, *Manajemen Startegik*,(Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012),64.

[16] Richard L Daft, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2002), 301.

[17] Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 16.

[18] Stephen dan Coulter, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2010), 212-213.

secara efektif dan efisien, sehingga dapat memiliki suatu keunggulan untuk dapat bersaing dengan madrasah lainnya.

Dengan demikian manajemen strategi sangat penting untuk diterapkan di sebuah madrasah karena berkaitan dengan berbagai pengelolaan keputusan yang akan mempengaruhi kelangsungan madrasah tersebut kedepannya.

b. Konsep Manajemen Strategik

Menurut Sedarmayanti, makna dari konsep manajemen strategis yaitu:

1) Menghubungkan fungsi perencanaan dengan sistem administrasi dan struktur organisasi.
2) Strategi dan implementasi merupakan suatu kesatuan yang menggambarkan tugas manajerial di semua tingkat dan lini organisasi.
3) Isu penting dalam konsep manajemen strategi meliputi pentingnya integrasi sistem administrasi dan struktur organisasi, pentingnya integrasi sistem administrasi dan struktur organisasi, pentingnya integrasi antara strategi dan implementasi, serta pentingnya infrastruktur manajerial dan budaya.[19]

Sedangkan konsep manajemen strategi menurut Wheelen dan Hunger di dalam buku Mulyasa antara lain:

1) Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

[19] Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2016),11.

Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian.

2) Manajemen strategi lebih menekankan pada pengamatan dan evaluasi kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) lingkungan yang dipandang dari sudut kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Variabel-variabel internal dan eksternal yang paling penting untuk perusahaan di masa yang akan datang disebut faktor strategi dan dapat diidentifikasi melalui analisis SWOT.[20]

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi sangat penting dalam sebuah madrasah untuk menentukan keberhasilan madrasah tersebut kedepannya. Hal ini dikarenakan manajemen strategi dapat membantu madrasah tersebut untuk mewujudkan tujuan dengan efektif dan efisien.

c. Aspek-aspek Strategi

Strategi memiliki banyak aspek, beberapa aspek yang paling penting meliputi :

1) Strategi sebagai suatu statement pernyataan tujuan dan maksud. Tujuan dan maksud harus bertindak sebagai penggerak masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi atau menyempurnakan tujuan.

2) Strategi sebagai suatu rencana tingkat tinggi. Strategi juga mempertahankan cara bagaimana agar tujuan dan maksud dapat

[20] E Mulyasa, *Manajemen, Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013),164.

dicapai. Strategi cenderung berada pada tingkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan, rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.

3) Strategi sebagai sarana untuk mengalahkan kompetensi. salah satu tujuan strategi adalah menang keberhasilan dalam arti dapat mengalahkan pesaing dalam suatu permainan atau persaingan. Untuk itu strategi dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.
4) Strategi sebagai suatu unsur kepemimpinan. Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin. Saat pemimpin berubah, strategi cenderung berubah sebaliknya jika strategi perlu dirubah mungkin peru menunjuk pemimpin.
5) Strategi sebagai menempatkan posisi untuk masa depan, oleh karena itu suatu tujuan strategi untuk memposisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi kepastian. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan membuat perusahaan lebih bisa untuk beradaptasi.
6) Strategi sebagai kemampuan membangun. Strategi sebagai pola perilaku yang dihasilkan dari budaya yang tertanam. Setiap perusahaan memiliki budaya yang sendiri. Budaya sangat mudah diamati akan

tetapi sulit untuk dirubah, oleh karena itu strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan sebagian ditentukan oleh budaya.[21]

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.[22] Sedangkan menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai : "analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)".[23] Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Dari beberapa pengertian diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan

bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats*. Analisis SWOT merupakan

[21] lantip diat Prasojo, "*Buku Manajemen Strategik,"* in *UNY Press*, vol. 53 (Yogyakarta: UNY Press, 2018), 5–6.

[22] Philip Kotler dan Kevin Keller Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009),63.

[23] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013). 19.

singkatan dari s*trength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats* dimana penjelasannya sebagai berikut:

1) Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.[24]

2) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber, daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan. Faktor-

[24] Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995),172.

faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3) Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

a) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk.
b) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
c) Perubahan dalam kondisi persaingan.

PONOROGO

d) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.

e) Hubungan dengan para pembeli yang akrab.

f) Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

4) Ancaman (*threat*)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Ringkasnya, peluang dalam lingkungan eksternal mencerminkan kemungkinan dimana ancaman adalah kendala potensial.

PONOROGO

e. Manfaat Manajemen Strategi

Menurut J. Kim Dedee dalam buku Amin Widjaja Tunggal, manfaat manajemen strategi memungkinkan madrasah tersebut untuk dapat :[25]

1) Mengantisipasi lingkungan yang berubah.
2) Menempatkan kekuatan lingkungan dalam hirarki yang logis.
3) Mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan dalam arena kompetitif.
4) Fokus pada area keputusan yang paling penting untuk memperbaiki posisi bersaing antar madrasah.
5) Menulis tujuan dan arah yang jelas.
6) Menggabungkan falsafah jangka panjang yang mendasar ke dalam madrasah.
7) Memperhatikan konsekuensi jangka panjang dari keputusan saat sekarang.
8) Memperbaiki komunikasi.

Menurut Nawawi, dalam mengimplementasikan suatu manajemen strategis di lingkungan madrasah terdapat beberapa manfaat yang dapat memperkuat usaha agar menjadi efektif dan efisien, antara lain sebagai berikut:

1) Organisasi kerja menjadi dinamis karena RENSTRA RENOP akan terus menerus disesuaikan dengan kondisi realistik madrasah (analisis internal) dan analisis lingkungan (analisis eksternal) yang selalu berubah terutama pengaruh globalisasi.

[25] Amin Widjaja Tunggal, *Intisari Manajemen Strategik* (Jakarta: Harvarindo, 2009),12-13.

2) Implementasi manajemen strategi dapat berfungsi sebagai pengendali dalam menggunakan semua sumber daya yang dimiliki secara terintegrasi dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen agar berlangsung menjadi proses yang efektif dan efisien.
3) Manajemen strategi diimplementasikan dengan memilih dan menetapkan suatu strategi sebagai pendekatan yang logis, rasional dan sistematik, yang menjadi acuan untuk mempermudah perumusan dan pelaksanaan RENSTRA atau RENOP.
4) Manajemen strategi menuntut semua yang terkait untuk berpartisipasi yang dapat berdampak pada meningkatnya rasa ikut memiliki (*sense of belonging*), rasa ikut bertanggung jawab (*sense responsibility*), dan perasaan untuk ikut berpartisipasi (*sense of participation*).[26]

Selain itu, Salusu juga berpendapat bahwa terdapat beberapa manfaat manajemen strategi antara lain:

1) Identifikasi Peluang. Identifikasi peluang memungkinkan ancaman dari lingkungan dapat dihindari seminimal mungkin dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh madrasah tersebut, sehingga madrasah tersebut dapat memperbaiki kelemahan kelemahannya dan member petunjuk untuk dapat mengantisipasi perubahan-perubahan awal dari lingkungan eksternal.
2) Semangat Korps. Semangat korps yakni mampu menciptakan sinergi dan semangat sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

[26] Hadari Nawawi, *Manajemen Startegik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005),183-184.

3) Perubahan-perubahan Strategi. Perubahan strategis yakni apabila terjadi perubahan dalam lingkungan organisasi, manajemen strategi dapat menyesuaikan arah perjalanan organisasi dengan misi dan tujuan yang ingin dicapai.[27]

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi memiliki manfaat yang sangat banyak bagi sebuah madrasah untuk mewujudkan tujuannya agar semakin maju.

2. Manajemen Public Relation

a. Pengertian Manajemen *Public Relation*

Manajemen merupakan ilmu atau seni yang memiliki orientasi aktivitas dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dalam menyelesaikan segala urusan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada melalui orang lain agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[28] Terry dalam buku Muhammad Ilyas Junaidi Addahli menyatakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari tindakan-tindakan *planning, organizing, actuating, controlling,* dan *evaluating* yang digunakan untuk mencapai target sasaran.[29] Ricky W. Griffin dalam buku Lilis sulastri mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan

---

[27] J Salusu, *Pengambilan Keputusan Startegik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: Grasindo, 2008),495.

[28]Fifin Priandono, "*Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan*," At-Ta'lim : Media Informasi Pendidikan Islam 18, no. 2 (2019): 395.

[29] Muhammad Ilyas Junaidi Addahil, "*Manajemen Public Relation Dalam Meningkatkan Public Interest Padalembaga Pendidikan Islam*," Indonesian Journal of Islamic Educational Management, 2.2 (2019), 86.

pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.[30]

Ordway Tead dalam buku Abd Rahman menyatakan bahwa manajemen sebagai suatu proses perangkat yang mengarahkan serta membimbing aktivitas suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Maksud perangkat tersebut adalah pemimpin suatu organisasi. Pandangan Tead ini lebih menekankan pada upaya bagaimana seorang pemimpin organisasi melakukan aktivitas maksimal untuk mengarahkan dan membimbing sumber daya manusia yang ada supaya dapat bekerja sesuai dengan tugas masing-masing sehingga dapat mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.[31]

Manajemen merupakan disiplin ilmu yang bertugas mencari kebenaran dalam dimensi teoritis dan metodologi yang harus diuji dan dibuktikan secara faktual dan secara objektif kebenarannya, oleh karena itu manajemen dianggap sebagai ilmu penting untuk dikembangkan agar didapatkan kebenaran ilmu. Seni merupakan pengetahuan untuk mencapai tujuan yang diharapkan pengetahuan dalam seni timbul melalui percobaan, pengalaman, pengamatan, dan penerapan manajemen. Seni manajemen menuntut kreativitas yang berlandaskan pemahaman ilmu manajemen.[32]

Humas merupakan segala bentuk hubungan yang ada di sebuah organisasi untuk menjalin komunikasi atau hubungan dengan public baik internal organisasi maupun eksternal. *Public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus guna membangun dan

[30] Lilis Sulastri, *Manajemen, Sebuah Pengantar,* Alqalam (La Goods Publishing, 2014),9.
[31] Abd Rodhman, *Dasar-Dasar Manajemen* (Intelegensia Media, 2017), 9-10.
[32] Badrudin, "*Dasar - Dasar Manajemen*.pdf."2015,2.

mempertahankan hubungan timbal balik antara organisasi dengan masyarakat.[33] *Public Relations* dalam dunia pendidikan merupakan proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan terhadap organisasi tersebut. *Public Relations* atau humas menjadi gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga atau organisasi dengan eksternal atau public masyarakat. Humas biasa disebut sebagai speaker atau corong informasi suatu lembaga yang berfungsi untuk menyebarkan atau menyalurkan informasi, sehingga dalam hal ini humas bertanggung jawab penuh atas informasi yang disampaikan.[34]

Menurut para ahli *Public Relations* atau humas dalam kesepakatan *the statement of mexico* yang dikutip Addahil mengatakan bahwa praktik *public relations* merupakan seni ilmu pengetahuan sosial yang digunakan dalam menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi atau lembaga, dan melaksanakan program yang terencana.[35] Humas merupakan salah satu fungsi manajemen khas dalam mendukung pembinaan, pemeliharaan yang menyangkut aktivitas komunikasi.

Scott M Cutlip, Allen Center, dan Broom dalam buku Minan Jauhari mendefinisikan Humas sebagai fungsi manajemen untuk

PONOROGO

[33] Rahmad Abdul, *Humas Sekolah*. (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 13.

[34]Mutiara Cendekia Sandyakala, "*Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*," *at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 188.

[35] Muhammad Ilyas Junaidi Addahil, "*Manajemen Public Relation Dalam Meningkatkan Public Interest Padalembaga Pendidikan Islam*," Indonesian Journal of Islamic Educational Management, 2.2 (2019)86.

membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai public yang menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut.[36] Definisi ini menekankan lebih kepada hasil dari kegiatan kehumasan yang dijalankan oleh organisasi. Menurut Cutlip, dkk Terdapat empat langkah strategi manajemen humas yaitu : riset penemuan fakta, perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, dan pengevaluasian. Jefkins dalam buku O. H. Kara mendefinisikan humas sebagai upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam langka memelihara niat baik dan saling pengertian antara satu organisasi dengan khalayak.[37]

Public relations dalam pandangan Islam hakekatnya adalah penyampaian berbagai pesan yang komunikasi. Dalam komunikasi islam semaksimal mungkin dihindari kata dan suara yang bernada keras karena kekerasan akan mengakibatkan dakwah tidak berhasil justru akan menjauh.[38] Fungsi humas di lembaga sekolah sudah sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 menyatakan "Sistem Pendidikan Nasional harus menjamin pemerataan manajemen pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global sehingga perlu dilakukan

PONOROGO

[36] Minan Jauhari, *Membangun Kepercayaan Publik melalui media siber.* (Kalimedia Jogjakarta, 2021),19.

[37] O Anlar MY Ağargün H Kara, "*Manajemen humas pada lembaga pendidikan,"* in *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, vol. 7 (Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2014), 3–4.

[38] Murni, "*Konsep Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan Islam*," Jurnal Intelektualita, 05.01 (2017), 29–31.

pembaharuan pendidikan secara terencana dan berkesinambungan".[39] Manajemen *public relations* merupakan kegiatan penelitian,perencanaan,pelaksanaan dan pengevaluasian kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga konferensi pers internasional melalui satelit dari pembuatan brosur sampai kampanye nasional melalui multimedia.[40]

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwasannya manajemen public relations atau humas merupakan sebuah kegiatan perencanaan,pelaksanaan dan pengevaluasian pada sebuah lembaga organisasi guna menjalin komunikasi antara internal organisasi maupun eksternal masyarakat.

b. Fungsi Manajemen Humas

Manajemen public relations atau humas merupakan serangkaian kegiatan yang dijalankan pada manajemen berdasarkan fungsi dan mengikuti tahapan tahapan tertentu dalam proses pelaksanaannya. Fungsi manajemen dari para ahli dapat disimpulkan yaitu:

1) Manajemen terdiri dari proses atas tahapan-tahapan tertentu yang mempunyai fungsi untuk mencapai tujuan organisasi.
2) Setiap tahapan memiliki keterkaitan satu sama lain dalam pencapaian dari tujuan organisasi.

PONOROGO

[39] Fifin Priandono, "*Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan*," At-Ta'lim : Media Informasi Pendidikan Islam 18, no. 2 (2019),395.

[40] Prima Ayu dan Rizqi Mahanani, *Kuliah Public Relations Pengantar & Praktik* (STAIN Kediri Press, 2015),122.

Tahapan dalam manajemen humas biasa disebut dengan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) yang meliputi antara lain:[41]

a) Perencanaan

Perencanaan atau planning adalah sebuah proses dalam upaya mengantisipasi kecenderungan pada masa yang akan datang dan menentukan strategi atau cara yang tepat untuk mewujudkan sebuah target dan tujuan suatu organisasi. Perencanaan yaitu kegiatan yang dilakukan di awal pada sebuah pekerjaan yang berbentuk memikirkan hal-hal terkait dengan suatu pekerjaan agar mendapatkan hasil yang diinginkan secara optimal.[42]

Beberapa fungsi dari perencanaan yaitu:

(1) Menentukan tujuan atau target suatu organisasi,

(2) Merumuskan strategi atau cara untuk mencapai tujuan atau target organisasi,

(3) Menentukan sumber daya yang dibutuhkan.

(4) Menetapkan standar keberhasilan dalam pencapaian tujuan organisasi.

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan untuk membagi tugas-tugas kepada orang yang ikut terlibat dalam proses kerjasama di lembaga pendidikan, yang bertujuan untuk menentukan

[41] Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 105-106.

[42] Umar Sidiq dan Hosaini, *Kepemimpinan Pendidikan* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2019),60.

serta memberikan kejelasan akan melaksanakan pekerjaan atau tugas sesuai dengan prinsip manajemen lembaga pendidikan.[43] Dalam hal ini meliputi kegiatan pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan tugas, serta menetapkan wewenang dan tanggungjawab, sistem komunikasi, serta mengkoordinir kerja setiap karyawan di dalam suatu tim kerja yang terorganisir dan solid.

c) Pelaksanaan

Menurut Terry yang ditulis oleh Syaiful Sagala, berpendapat bahwa pelaksanaan (actuating) adalah merangsang anggota-anggota kelompoknya untuk dapat melaksanakan tugas-tugas maupun pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan penuh antusias serta adanya kemauan yang baik. Dalam hal ini, menurut pendapat Hoy dan Miskel dalam bukunya Syaiful Sagala menyatakan bahwa pemimpin yang efektif yaitu cenderung mempunyai hubungan dengan bawahan yang sifatnya mendukung (suportif) serta dapat meningkatkan rasa percaya diri anggota kelompoknya untuk dapat membuat keputusan.[44]

Oleh karena itu seorang pemimpin harus mampu menggerakkan anggotanya serta harus memiliki strategi yang tepat untuk mengarahkan dan memberikan petunjuk kepada karyawan

[43] Zulkarnin Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2006),12.
[44] Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2013),12.

agar mau melaksanakan tugas sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

d) Pengawasan

Proses ini untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan diimplementasikan berjalan sesuai dengan target yang diharapkan. Fungsi dari pengawasan yaitu:

(1) Mengevaluasi keberhasilan pada pencapaian tujuan dan target sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

(2) Mengambil langkah klarifikasi dan koreksi jika terjadi penyimpangan yang ditemukan.

(3) Melakukan alternatif solusi atas berbagai masalah yang berkaitan dengan pencapaian tujuan dan target organisasi.[45]

c. Ruang lingkup Public Relation

Ruang lingkup atau tugas *public relations* dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1) Membina hubungan ke dalam (publik internal). Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang

PONOROGO

[45] Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation* (Bandung: Pustaka Setia, 2015),105-107.

menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.[46]

2) Membina hubungan keluar (publik eksternal). Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Tugas penting eksternal public relations adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasive, yang ditujukan kepada publik di luar badan itu. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti. Sebab publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.[47]

d. **Peran, Fungsi, dan Tujuan Public Relation**

1) Peran Public Relation

Perkembangan profesionalisme public relations yang berkaitan dengan pengembangan pesan public relations, baik sebagai praktisi maupun profesi dalam suatu organisasi atau perusahaan, menurut Dozier D.M dalam buku Rosady Ruslan mengatakan salah satu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Selain itu hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi public relations dan pencapaian profesionalisme dalam public relations. Dari beberapa literatur yang

[46] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 22-23.

[47] Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001),38.

ada, dikatakan bahwa pada dasarnya peranan public relations hampir sama. Namun, secara garis besar aktivitas utamanya public relations berperan sebagai berikut :[48]

a) *Communicator*. Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.
b) *Relationship* adalah Kemampuan peran public relations membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama, dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.
c) *Back up Management*. Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan atau organisasi.
d) *Good Image Maker*. Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan mambangun citra atau nama baik lembaga atau organisasi dan produk yang diwakilinya.

2) Fungsi Public Relation

[48] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 26-27.

Secara turun temurun, fungsi public relations dapat digambarkan sebagai pengontrol publik, mengarahkan apa yang dipikirkan atau dilakukan oleh orang lain dalam rangka memuaskan kebutuhan organisasi, merespon publik, mereaksi pengembangan, masalah, mencapai hubungan yang saling menguntungkan antara publiknya melalui hubungan yang harmonis.

Menurut Frida Kusumastuti yang dikutip dari buku yang ditulis Djanalis Djanaid yang berjudul Public Relations: Teori dan Praktek disebutkan dua fungsi public relations,yakni :[49]

a) Fungsi Konstruktif. Fungsi ini mendorong humas membuat aktivitas ataupun kegiatan- kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk di sini humas bertindak secara preventif (mencegah).
b) Fungsi Korektif. Fungsi ini lebih kepada memperbaiki suatu perusahaan atau organisasi yang sedang krisis kepercayaan. Fungsi korektif ini memang menjadi berat. Apabila sebuah organisasi atau lembaga terjadi masalah-masalah dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

Dalam konsepnya, fungsi public relations officer ketika menjalankan tugas dan operasionalnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator. Menurut Onong Uchjana Effendy, dalam

[49] Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas* (Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2004),22-23.

bukunya, Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis yang dikutip Rosady Ruslan fungsi public relation adalah sebagai berikut:[50]

a) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi,
b) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal,
c) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini public kepada organisasi,
d) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum,
e) Operasionalisasi dan organisasi public relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

3) Tujuan Public Relation

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, kata "*relations*" menunjukkan kata kerja aktif, maka harus dilihat tujuan ini berdasarkan kepentingan kedua belah pihak (organisasi dan publik). Tujuan humas hendaknya dipandang sebagai tujuan yang netral atau bersifat katalisator antara tujuan organisasi atau lembaga dengan tujuan publik. Adapun tujuan humas menurut Frida Kusumastuti sebagai berikut:[51]

[50] Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008),9-10.
[51] Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas* (Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2004),*24*.

a) Terpelihara dan Terbentuknya Saling Pengertian (Aspek Kognisi). Tujuan ini membuat publik dan organisasi saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan haruslah menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti.
b) Menjaga dan Membentuk Saling Percaya (Aspek Afeksi). Sikap saling percaya keberadaannya masih bersifat tersembunyi, yakni ada pada keyakinan publik akan kebaikan atau ketulusan organisasi dan juga pada keyakinan organisasi akan kebaikan publiknya. Kebaikan masing-masing dapat diukur dengan etika moral maupun materiil yang ditanamkan dan ditunjukkan masing-masing.
c) Memelihara dan Menciptakan Kerja Sama (Aspek Psikomotorik). Tujuan berikutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuk bantuan dan kerja sama nyata. Artinya bantuan dan kerja sama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu.

Pada dasarnya ruang lingkup tujuan public relations itu sangat luas, sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, harus dibuat skala prioritas dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan public relations sebuah perusahaan, diantaranya sebagai berikut:[52]

[52] Frank Jefkins, *Public Relation* (Jakarta: Erlangga, 2003),63-64.

a) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak, sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan perusahaan.
b) Untuk meningkatkan bobot kualitas calon pegawai.
c) Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan
d) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar ekspor baru.

4) Tugas dan Kewajiban Humas

Adapun tugas dan kewajiban dari Humas adalah:

1) Menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan atau lembaga pendidikan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat atau publik memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan, tujuan dan kegiatannya.
2) Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan atau lembaga pendidikan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang *Public Acceptance* atau *Non Acceptance* atas cara-cara pelayanan perusahaan kepada masyarakat.

PONOROGO

3) Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dan memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.[53]

e. Hubungan Masyarakat (Humas) Sekolah

Hubungan Masyarakat (Humas) pendidikan dalam pelaksanaanya memiliki ruang lingkup yang wajib diketahui oleh orang yang mendudukinya. Ruang lingkup humas diperlukan guna dalam menjalankan tugas dan kewajibannya sebagai humas, seorang humas mengetahui serta senantiasa menjaga dan melaksanakan wewenangnya. Karena tidak semua hal di sekolah menjadi wewenang humas. Tetapi ada pihak lain yang juga terlibat dalam kehumasan. Pada pendidikan, humas menjadi mediator yang berada di antara pimpinan sekolah dan publiknya.

Di lembaga pendidikan, terdapat program kerja wakil kepala hubungan masyarakat (waka humas). Maksud dari disusunnya program kerja humas yaitu untuk menjembatani keterlibatan seluruh anggota masyarakat yang ada di sekolah, guru, karyawan, siswa, orang tua, lingkungan, perguruan tinggi dan lembaga lainnya guna ikut dalam mengoptimalkan kemampuan dan kerja sama sesuai kemampuan dan kebutuhan masing-masing, dan membantu kepala sekolah dalam proses pengelolaan sekolah.[54]

PONOROGO

[53] Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016),12.

[54] Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016),25-26.

Ruang lingkup kerja humas di sekolah terdapat beberapa, yaitu:[55]

1) Koordinasi bersama kepala sekolah dan pimpinan lain.
2) Kerjasama dengan BP/BK dalam menangani masalah kemampuan, minat dan kekeluargaan siswa.
3) Kerjasama dengan warga sekolah.
4) Kerjasama dengan warga masyarakat.
5) Kerjasama dengan instansi lain.
6) Kerjasama dengan perguruan tinggi.
7) Menjalin kerjasama dengan organisasi siswa di sekolah.

3. Citra

a. Pengertian Citra

Citra adalah suatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi mampu dirasakan dari hasil penilaian yang positif dan negatif yang datang dari khalayak sasaran dan masyarakat luas. Penilaian dapat berhubungan dengan rasa hormat, kesan yang baik dan menguntungkan terhadap citra suatu lembaga atau suatu produk barang dan jasa yang diwakili oleh humasnya. Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi atau lembaga. Citra merupakan aset terpenting dari suatu organisasi. Menurut Rosady Ruslan secara garis besar citra adalah perangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu.[56]

PONOROGO

[55] Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016),30.
[56] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008),80.

Sedangkan menurut Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak sejumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra tentang perusahaan bisa datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.[57]

Citra adalah sebuah penilaian terhadap sebuah lembaga. citra, dihasilkan melalui penilaian objektif masyarakat atas tindakan, perilaku, dan etika sebuah lembaga di tengah-tengah masyarakat. Citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap sebuah lembaga, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi.[58]

Menurut Huddleston dalam buku Suryanto citra merupakan serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau diperoleh dari sebuah pengalaman. Sedangkan menurut Bill Canton dalam buku *Public Relation* yang ditulis Suryanto citra adalah kesan,perasaaan, dan gambaran dari public terhadap sebuah organisasi atau lembaga. Philip Kotler dalam buku Suyanto mengatakan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang

[57] Soleh Soemirat,Elvinaro, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008),113.

[58] Chusnul Chusnul Chotimah, "*Strategi Humas Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam*," *ISLAMICA* 7, no. 1 (2012): 5.

dimiliki seseorang terhadap suatu objek.[59] Frank Jefkins pakar PR dari Inggris dalam buku membangun citra madrasah melalui manajemen strategis hubungan masyarakat yang ditulis Sarpendi menyatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.[60]

Citra memiliki pengaruh penting bagi lembaga, dengan kata lain citra mempunyai dampak internal bagi sebuah lembaga. Karena citra yang positif ataupun negative sangatlah berpengaruh terhadap kinerja lembaga. Citra merupakan realitas, oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra lembaga.[61]

b. Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam buku Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi yang ditulis oleh Rosady Ruslan mengatakan bahwa citra memiliki beberapa jenis sebagai berikut:[62]

1) Citra cermin (*mirror image*)

Citra cermin diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama para pimpinannya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra masyarakat ternyata terjadi perbedaan

PONOROGO

[59] Suryanto, *Public Relation* (Yogyakarta: Andipublisher, 2016),156.
[60] Andi Warisno Sarpendi, *"Membangun Citra Madrasah Melalui Manajemen Startegis Hubungan Masyarakat*," Mubtadiin, Vol. 8, No.8 (2022), 121.
[61] Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003),332.
[62]Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008),77-79.

antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, karena bisa terjadi citra sebaliknya yakni citra negatif.

2) Citra kini (*current image*)

Citra merupakan kesan baik yang diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau hal lain yang berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak humas akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk dan hingga muncul kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan yang negatif diperolehnya.

3) Citra majemuk (*multiple image*)

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, pihak public relations menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan atribut, logo, brands name, dll

4) Citra perusahaan (*corporate image*)

Citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif lebih dikenal, serta diterima oleh publiknya. Dalam hal ini public relations berupaya atau bahkan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan

5) Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal, menyenangkan dan diterima

dengan kesan yang selalu positif, yang diberikan oleh publiknya atau masyarakat umum.

6) Citra penampilan (*performance image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional pada perusahaan bersangkutan. Mungkin masalah citra penampilan ini kurang diperhatikan atau banyak disepelekan orang.

Selain dari keenam jenis citra tersebut, Menurut Ilmiah Nafhah dalam artikel jurnalnya memaparkan ada 3 jenis citra yang dapat ditonjolkan oleh lembaga pendidikan, sebagai berikut:

1) Citra eksklusif, citra yang ditonjolkan oleh lembaga-lembaga besar. Maksud dari eksklusif adalah kemampuan dalam menyajikan berbagai macam manfaat yang terbaik kepada masyarakat.
2) Citra inovatif, citra yang ditonjolkan oleh lembaga yang mampu menyajikan produk baru dengan model dan desain yang tidak sama dengan yang telah beredar dipasaran
3) Citra murah meriah, citra yang ditonjolkan oleh lembaga yang mampu menyajikan produk dengan mutu yang baik tapi dengan harga yang murah. Selanjutnya, pembentukan citra memiliki beberapa komponen yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap.[63]

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ada banyak jenis citra menurut masing-masing ahli. Hal tersebut sesuai dengan kebutuhannya.

[63] Ilmiah Nafhah Karimah, "*Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah dan Partisipasi Masyarakat di MAN 3 Malang*," Ulul Amri : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 1, no. 1 (2022): 36.

c. Proses Pembentukan Citra

Proses pembentukan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinaro yaitu proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus.[64]

Berdasarkan deskripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana rangsangan yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Empat komponen persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

d. Membangun Citra Positif

Membicarakan citra sama halnya dengan pekerjaan bagaimana manusia membangun image atau persepsi organisasi atau perusahaan di benak khalayak. Citra yaitu persepsi yang paling menonjol. Jika suatu perusahaan memiliki citra baik dimata konsumen maka relatif lebih bisa diterima konsumen dari pada perusahaan yang tidak memiliki citra. Bukan saja hanya citra positif tetapi juga ada citra negatif, kedua macam citra bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku yang bersifat positif atau negative.[65]

PONOROGO

[64] Soleh Soemirat,Elvinaro, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008),115.

[65] M Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002),69.

Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atau kenyataan yang sesungguhnya. Suatu citra yang sesungguhnya bisa dimunculkan kapan saja, caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang menjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru.

Citra merupakan tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations, citra tidak dapat diukur secara matematis tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penelitian baik dan buruk seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik atau masyarakat yang luas pada umumnya.

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau organisasi atau produk barang dan jasa dan pelayanannya yang diwakili oleh public relations. Biasanya landasan citra itu berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang konkretnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi.

Proses akumulasi dari kepercayaan yang telah diberikan oleh individu atau masyarakat tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas yang biasanya dinamakan citra (image). Citra lembaga tidak bisa direkayasa. Citra positif akan terbentuk jika performa lembaga benar-benar seperti apa yang diberitakan oleh lembaga tersebut. Citra akan terbentuk dengan

sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan lembaga merupakan salah satu kunci penting untuk mendapat citra yang positif.

4. Madrasah Unggulan

a. Madrasah Unggulan

Menurut Ahmad Zayadi dalam bukunya yang berjudul Desain Pengembangan madrasah menyatakan bahwa Madrasah Unggulan adalah sebuah madrasah program unggulan yang lahir dari sebuah keinginan untuk memiliki madrasah yang mampu berprestasi di tingkat nasional dan dunia, dalam penguasaan ilmu pengetahuan, keterampilan dan teknologi yang ditunjang oleh akhlakul karimah. Untuk mencapai keunggulan tersebut, maka masukan (input), proses pendidikan, guru dan tenaga kependidikan, manajemen, layanan pendidikan, serta sarana penunjangnya harus diarahkan untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut.[66]

Madrasah unggulan perlu ditunjang dengan tenaga pendidik yang profesional, saran yang memadai, kurikulum yang inovatif, ruang kelas atau pembelajaran yang representatif sehingga dapat mendorong terciptanya pembelajaran yang efektif dan efisien dan menghasilkan lulusan yang berkualitas. Di sisi lain, Bafadhal mengemukakan bahwa untuk mencapai madrasah yang unggul dituntut adanya fasilitas dan dana yang memadai, akan tetapi tidak semua sekolah atau madrasah

[66] Ahmad Zayadi, *Desain Pengembangan Madrasah* (Jakarta: Dirjen Kelembagaan Pendidikan Islam Depag, 2005), 57.

dapat memenuhinya. Secara teknis, pengembangan madrasah unggulan menuntut adanya tenaga yang profesional dan fasilitas yang memadai sehingga dampaknya dibutuhkannya biaya belajar yang tidak sedikit.[67]

Madrasah unggulan memiliki dua lingkup visi, yaitu visi makro dan visi mikro. Visi makro pendidikan madrasah unggulan adalah terwujudnya masyarakat dan bangsa Indonesia yang memiliki sikap agamis, berkemampuan ilmiah-diniah, terampil dan profesional. Sedangkan visi mikronya sendiri adalah pendidikan madrasah unggulan adalah terwujudnya individu yang memiliki sikap agamis, berkemampuan ilmiah-diniah, terampil dan profesional yang sesuai dengan tatanan kehidupan. Sedangkan misi global dari madrasah unggulan adalah :

1) Menciptakan calon agamawan yang berilmu,
2) Menciptakan calon ilmuwan yang agamawan,
3) Menciptakan calon tenaga yang profesional dan agamis.

Berdasarkan visi dan misi madrasah unggulan, maka dapat ditentukan tujuan dari madrasah unggulan yaitu membentuk individu yang profesional dan religius. Secara umum tujuan dari madrasah unggulan sendiri adalah pandangan atau acuan bersama seluruh komponen madrasah akan keadaan masa depan yang diinginkan dan diungkapkan dengan kalimat yang jelas, positif, menantang dan mengundang partisipasi untuk gambaran pendidikan masa depan.[68]

[67] Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),86.
[68] Mujammil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007),28.

Dari paparan di atas inti dari visi dan misi madrasah unggulan adalah membentuk individu yang profesional dan religius, yaitu keseimbangan antara kemampuan intelektual, keterampilan dan sikap keberagaman yang taat kepada Allah Swt.

b. Karakteristik Madrasah Unggulan

Acuan dasar dari tujuan umum madrasah unggulan adalah tujuan pendidikan nasional sebagaimana tercantum dalam undang-undang sistem pendidikan nasional yang intinya adalah menghasilkan manusia-manusia yang beriman kepada Allah, berbudi pekerti, berkepribadian mandiri, tagguh, cerdas, kreatif, bertanggung jawab, produktif, nasionalisme tinggi dan berjiwa sosial yang tinggi.

Sedangkan tujuan madrasah unggulan secara khusus adalah madrasah unggulan menghasilkan pendidikan yang memiliki keunggulan dalam hal berikut:[69]

1) Unggul dalam hal IMTAQ.
2) Unggul dalam hal IPTEK.
3) Keagungan budi pekerti.
4) Motivasi tinggi untuk mencapai prestasi.
5) Kreatif dalam kehidupan sehari-hari.
6) Sikap disiplin yang tinggi

PONOROGO

[69]Ahmad Zayadi, *Desain Pengembangan Madrasah* (Jakarta: Dirjen Kelembagaan Pendidikan Islam Depag, 2005), *30*.

Menurut Agus Maimun dan Agus Zaenul Fitri dalam bukunya Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif menuturkan bahwa proses menjadikan suatu madrasah menjadi madrasah unggul atau menjadi madrasah model secara strategis sebagai berikut:[70]

a) Aspek Administrasi atau Manajemen
   (1) Maksimal 6 kelas untuk tiap tingkatan.
   (2) Tiap kelas terdiri atas 30 siswa
   (3) Rasio guru kelas adalah 1:25.
   (4) Mendokumentasi perkembangan tiap siswa.
   (5) Transparan dan akuntabel.
b) Aspek Ketenagaan
   (1) Kepala Madrasah.
      (a) Minimal S2 untuk MA, S1 untuk MTs dan MI.
      (b) Pengalaman minimal 5 tahun menjadi kepala madrasah.
      (c) Mampu berbahasa Arab atau berbahasa Inggris.
      (d) Lulus tes (*fit and proper test*).
      (e) Sistem kontrak satu tahunan.
      (f) Siap tinggal di kompleks madrasah.
   (2) Guru
      (a) Minimal S1.
      (b) Spesialisasi sesuai mata pelajaran.

[70] Agus Maimun dan Agus Zaenul Fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010),84.

(c) Pengalaman mengajar minimal 5 tahun.

(d) Mampu berbahasa Arab atau bahasa Inggris.

(e) Lulus test (fit and proper test).

(f) Sistem kontrak 1 tahun.

(3) Tenaga Kependidikan

(a) Minimal S1.

(b) Spesialisasi sesuai dengan bidang tugas.

(c) Pengalaman mengelola minimal 3 tahun.

(4) Aspek Kesiswaan

(a) Sepuluh besar MTs (untuk MA).

(b) Sepuluh besar MI (untuk MTs).

(c) Lulus tes akademik (bahasa Arab dan Inggris).

(d) Menguasai berbagai disiplin ilmu.

(e) Mampu berbahasa Arab maupun bahasa Inggris.

(f) Terampil menulis dan berbicara (Indonesia) dengan baik.

(g) Siap bersaing untuk memasuki jenjang lebih tinggi yakni universitas atau institut bermutu di dalam negeri.

(5) Aspek Kultur Belajar

(a) Full day school.

(b) Student centered learning.

(c) Kurikulum dikembangkan dengan melibatkan seluruh elemen madrasah termasuk siswa.

(d) Bahasa pengantar Arab dan Inggris.

(e) Sistem Drop Out.

(f) Sarana dan prasarana yang menunjang. Untuk memenuhi kebutuhan belajar maupun ekstra kurikuler,

(g) Pendekatan belajar dengan fleksibilitas tinggi dengan mengikuti perkembangan metode-metode pembelajaran terbaru.

(6) Aspek Sarana dan Prasarana

(a) Perpustakaan yang memadai.

(b) Laboratorium (IPA, Bahasa dan Matematika).

(c) Laboratorium alam yang memadai.

(d) Mushalla.

(e) Lapangan dan fasilitas olahraga lainnya.

Karakteristik, standar pendidikan, ataupun perangkat-perangkat madrasah unggul bisa diklasifikasi kedalam dua hal, yaitu; sumber daya manusia (SDM) dan perangkat pendidikan. Sumber daya manusia (SDM) terdiri atas pimpinan madrasah, guru, siswa, dan tenaga kependidikan. Perangkat keras (*hardware*) berupa bangunan madrasah, masjid, lapangan olahraga, dan fasilitas pendidikan lainnya. Perangkat lunak (*software*) berupa visi, misi, tujuan, kurikulum, metode pembelajaran sistem penilaian, dan lain-lain. Hal-hal tersebut di atas, pembahasannya dapat di cluster kan ke dalam sistem kelembagaan dan sistem pembelajaran.[71]

PONOROGO

[71] Malik Fadjar, *Madrasah dan Tantangan Modernitas* (Bandung: Mizan Press, 2001),22.

Untuk mengetahui karakteristik madrasah unggulan mempunyai beberapa dimensi yang harus ditinjau, di antaranya:[72]

1) Input terseleksi secara ketat. Dengan kriteria tertentu dan melalui prosedur yang dapat dipertanggung jawabkan;
2) Lingkungan belajar yang kondusif. Untuk berkembangnya potensi keunggulan menjadi keunggulan yang nyata baik lingkungan fisik maupun fisik-psikologi;
3) Guru dan tenaga kependidikannya yang profesional. Untuk menangani pendidikan unggul harus didukung dengan guru yang unggul baik segi penguasaan materi pelajaran, metode mengajar, maupun komitmen dalam melaksanakan tugas. Untuk itu perlu disediakan intensif tambahan bagi guru berupa uang tunjangan maupun fasilitas tambahan.
4) Inovasi kurikulum. Kurikulumnya dapat diperkaya dengan pengembangan dan improvisasi secara maksimal sesuai dengan tuntutan belajar peserta didiknya yang mempunyai kecepatan belajar serta motivasi belajar yang tinggi dibandingkan dengan siswa seusiannya.
5) Kurun waktu belajar lebih lama dibandingkan dengan madrasah lain. Karena itu perlu adanya asrama untuk memaksimalkan pembinaan dan menampung siswa dalam berbagai lokasi untuk menunjang siswa agar mengikuti kegiatan kurikuler maupun ekstrakurikuler madrasah unggulan serta ditambah dengan

[72]Agus Maimun dan Agus Zaenul Fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetetif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010),48.

kegiatan magang (praktek kerja nyata) sebagai penunjang penguatan teori.

6) Proses belajar harus berkualitas dan responsible. Selain pembelajaran yang berkualitas juga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan,baik kepada siswa, lembaga maupun stakeholder yang ada.
7) Bermanfaat dan berpartisipasi kepada masyarakat. Madrasah unggulan tidak hanya memberikan manfaat kepada peserta didiknya, tetapi mampu memberikan kontribusi sosial dan keagamaan pada lingkungan sekitarnya.
8) Program pengayaan. Madrasah unggulan mempunyai nilai/ kegiatan tambahan di luar kurikulum nasional melalui pengembangan kurikulum, program pengayaan dan perluasan, pembelajaran remedial, pelayanan, bimbingan dan konseling yang berkualitas serta pembinaan kreativitas dan kedisiplinan.

Dan yang harus diperhatikan sebuah madrasah unggulan adalah dalam pencapaian dan terpenuhinya tanpa meninggalkan salah satu aspek dari 8 standar nasional pendidikan yang telah ditentukan di dalam SISDIKNAS.

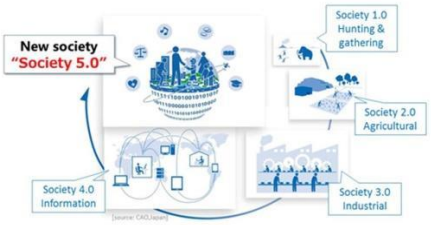
5. Era Society 5.0

Menurut literatur Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Revolusi industri terdiri dari dua (2) kata yaitu revolusi dan industri. Revolusi berarti perubahan yang bersifat sangat cepat, sedangkan pengertian industri adalah usaha pelaksanaan proses produksi. Apabila ditarik

benang merah maka pengertian revolusi industri adalah suatu perubahan yang berlangsung cepat dalam pelaksanaan proses produksi dimana yang semula pekerjaan proses produksi itu dikerjakan oleh manusia digantikan oleh mesin, sedangkan barang yang diproduksi mempunyai nilai tambah (value added) yang komersial. Revolusi Industri telah mengubah cara kerja manusia dari penggunaan manual menjadi otomatis atau digitalisasi.

Konsep Society 5.0 merupakan penyempurnaan dari konsep-konsep sebelumnya. Jika kita lihat mulai dari Society 1.0, manusia berada dalam era berburu dan mengenal tulisan, di Society 2.0 dimana manusia masuk pada era pertanian yang mulai mengenal bercocok tanam. Lalu Society 3.0 adalah era industri dimana manusia mulai menggunakan mesin untuk menunjang aktivitas sehari-hari, setelah itu hadirlah Society 4.0, yaitu manusia menggunakan komputer dan internet sebagai bagian dari hidupnya. Society 4.0 banyak membantu kebutuhan manusia dengan mengakses dan memberikan informasi melalui internet. Dan Society 5.0 adalah era dimana semua teknologi menjadi bagian dari manusia itu sendiri. Internet bukan hanya sekedar untuk berbagi informasi melainkan untuk menjalani kehidupan.[73] Revolusi industri merupakan perubahan cara hidup dan proses kerja manusia secara fundamental, dimana dengan kemajuan teknologi informasi dapat mengintegrasikan dalam dunia kehidupan dengan digital yang dapat memberikan dampak bagi seluruh disiplin ilmu.

[73] Suherman et al., *Industry 4.0 vs. Society 5.0* (Banyumas, Jawa Tengah: Cv. Pena Persada, 2020),5.



Gambar 2.1 Perjalanan Revolusi Industri[74]

Dengan perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat mengalami terobosan diantaranya dibidang artificiall intellegent, dimana teknologi komputer suatu disiplin ilmu yang mengadopsi keahlian seseorang dalam suatu aplikasi yang berbasis teknologi dan melahirkan teknologi informasi dan proses produksi yang dikendalikan secara otomatis. Dengan lahirnya teknologi digital saat ini pada society 5.0 berdampak terhadap kehidupan manusia di seluruh dunia. Society 5.0 semua proses dilakukan secara sistem otomatisasi di dalam semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet semakin berkembang tidak hanya menghubungkan manusia seluruh dunia namun juga menjadi suatu basis bagi proses transaksi antara pemerintah dan masyarakat secara online.[75]

Society 5.0 adalah sebuah konsep yang digagas oleh pemerintah Jepang dengan mempertimbangkan aspek teknologi untuk mempermudah kehidupan manusia. Akan tetapi, gagasan ini juga didukung oleh pertimbangan akan aspek humaniora sehingga diperoleh

[74]Nisa, "Mengenal Apa Itu Society 5.0 dan Contoh Penerapannya dalam Berbagai Bidang," 2022, https://inmarketing.id/society-5-0-adalah.html, Diakses pada Rabu 1 Februrari 2023, pukul 10:42 WIB.

[75] Heri et al., "*Revolusi Industri 5.0 Dalam Perspektif Ekologi Administrasi Desa*," *Neo Politea* 2, no. 1 (2021): 40–41.

konsep keseimbangan dalam implementasi teknologi tersebut. Guna mencapai sebuah komunitas masyarakat yang didefinisikan sebagai supersmart society¸ dibutuhkan berbagai *future services* dalam berbagai sektor. Hal ini dapat dipenuhi dengan adanya kemampuan teknologi yang kuat, serta adanya sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang masing-masing untuk menjalankan profesinya secara digital sekaligus berkontribusi untuk memberikan layanan yang lebih baik untuk masyarakat.

Industri 4.0 sudah marak sekali menjadi tujuan pengembangan teknologi di berbagai sektor dan berbagai daerah pula. Sering kali aspek kemanusiaan menjadi luput. Oleh karena itu, dalam melakukan perencanaan, misal *Engineering Design* perlu dilakukan proses studi *user experience* agar hasil yang dibuat (baik produk maupun jasa) memenuhi keinginan dan kebutuhan customer, sehingga hasilnya menjadi tepat sasaran. Sebagai contoh, dalam proses *Design Thinking*, terdapat sebuah tahapan *Empathize*, yang mana hal ini merupakan bagaimana perancangan dilakukan terlebih dahulu dengan berusaha berempati kepada calon pengguna mengenai hal yang hendak dibuat. Proses ini akan menguji apakah produk atau jasa yang hendak dibuat menyelesaikan isu permasalahan atau tidak, dan jika menyelesaikan permasalahan, sebesar apa dan sebermanfaat apa hasilnya.

Society 5.0 sebagai sebuah gagasan kepeloporan harapannya mampu menyelesaikan isu ini. Namun, masih perlu banyak perkembangan terutama dari sisi teknologi untuk “menjemput” era

kemasyarakatan kelima ini. Untuk melakukan sebuah revolusi besar-besaran, perlu adanya modal yang cukup kuat. Dalam hal ini, kualitas sumber daya manusia menjadi hal yang cukup krusial dalam membentuk sistem terintegrasi yang sesuai dengan kebutuhan. Jika semua sumber daya mencukupi, sewajarnya mimpi untuk mengubah dunia menjadi Society 5.0 bukan lagi merupakan kemustahilan. Justru hal ini sangat mungkin, meninjau berbagai perkembangan teknologi di seluruh belahan dunia yang sangat cepat, ditandai dengan penemuanpenemuan baru di bidang teknologi yang dapat mempermudah pekerjaan dan kehidupan manusia.[76]

Era society 5.0 merupakan sebuah periode yang berpusat pada manusia (*human centered*) dan berlandaskan pada teknologi (*technology based*). Oleh karena itu, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) akan sepenuhnya didedikasikan untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam menemukan dan membuka berbagai peluang yang dimiliki oleh manusia. Menurut Cahyadiana dalam jurnal implementasi society 5.0 dalam kebijakan dan strategi pendidikan pada pandemic covid-19 menyatakan bahwa era ini membutuhkan sumber daya manusia yang dibutuhkan di era *society* 5.0, antara lain: 1) leadership, 2) language, 3) IT Literacy, dan 4) writing skill. Jadi, era *society* 5.0 memaksa sumber daya manusia yang mumpuni, artinya, memiliki kapasitas bidang keilmuannya dan mengaplikasikan dalam kehidupan tanpa menghilangkan nilai-nilai luhur sesuai keyakinannya.

[76] Indar Sabri, "Peran Pendidikan Seni Di Era Society 5 . 0 untuk Revolusi Industri 4.0," *Seminar Nasional Pascasarjana 2019* 2, no. 1 (2019): 344.

Masyarakat 5.0 (*Society* 5.0) adalah sebuah konstelasi kehidupan masyarakat yang berpusat pada penyelarasan kebutuhan manusia secara efektif dan efisien, yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi dan ekonomi melalui pemecahan berbagai permasalahan sosial, dengan memanfaatkan sistem yang menghubungkan ruang siber (*cyber space*) dan ruang fisik (*physical space*) secara terpadu. Konsep ini bertujuan menciptakan masyarakat yang dapat bertahan oleh berbagai permasalahan dan tantangan sosial yang dihadapi dengan memanfaatkan inovasi dari revolusi industri. Inovasi ini termasuk teknologi:

a) *Big Data*,
b) Artificial Intelligence
c) Internet of Things (IoT)

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Tinjauan Pustaka dalam penelitian ini akan diawali dengan pemaparan hasil penelitian terdahulu. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian yang dianggap sudah relevan sebagai bahan masukan kemudian mengklasifikasikan penelitian-penelitian tersebut yang selanjutnya akan dilihat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya, sehingga akan terlihat orisinalitas dari penelitian ini.

Ada sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis ini. Diantaranya sebagai berikut :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hadiyati, Fathurahman, dan Idel Waldelmi yang berjudul *Strategy for Building a Positive Image*

Through the Publication of Scientific Works. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa citra Unilak sebagai perguruan tinggi swasta di Provinsi Riau masih rendah di mata masyarakat, hal ini dibuktikan dengan respon negatif dari calon mahasiswa untuk memilih institusi ini sebagai tempat mereka untuk belajar. Ditambah dengan image negatif yang sudah ada di Unilak sejak lama. Oleh karena itu, upaya diperlukan untuk membangun citra Unilak yang positif, sehingga calon mahasiswa menjadikan Unilak sebagai pilihannya untuk memperoleh keuntungan pengetahuan. Jika dilihat dari perkembangan teknologi saat ini dan dari sudut pandang manusia resource management, dosen mewajibkan dosen untuk melaksanakan tri dharma perguruan tinggi, salah satunya yaitu publikasi karya ilmiah yang akhir-akhir ini menunjukkan pergerakan yang dinamis.

Strategi yang tepat untuk membangun citra positif perguruan tinggi melalui publikasi ilmiah dosen bekerja. Untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, data teknik pengumpulan menggunakan wawancara mendalam dan kuesioner, pengelola jurnal dan calon siswa, pengguna eksternal. Teknik analisis data menggunakan teknik kualitatif dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi membangun citra positif perguruan tinggi melalui publikasi karya ilmiah di Universitas Lancang Kuning ini dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki dalam menangkap yang ada peluang antara lain melalui: Memanfaatkan tim pengelola jurnal yang kuat untuk melamar secara

online akreditasi jurnal nasional dalam meningkatkan citra institusi, Menggunakan jurnal yang kuat tim manajemen untuk mendapatkan kutipan untuk meningkatkan citra institusi, Menggunakan jurnal yang kuat tim manajemen untuk meningkatkan citra institusi, Memanfaatkan jurnal terakreditasi dalam mempromosikan lebih tinggi akreditasi, Memanfaatkan jurnal terakreditasi dalam meningkatkan sitasi, Memanfaatkan jurnal terakreditasi dalam meningkatkan citra lembaga, Memanfaatkan publikasi dosen yang berkualitas di jurnal unilak untuk jurnal aplikasi akreditasi, Memanfaatkan publikasi dosen untuk mendapatkan peningkatan sitasi institusional, dan Memanfaatkan publikasi dosen dalam mendongkrak citra institusi.[77]

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penulisan ini. ***Pertama*** dari segi perbedaan penelitian memfokuskan pada strategi dalam meningkatkan citra dengan cara mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagai strategi lainnya sedangkan penulis menekankan pada strategi dalam membangun citra dengan melalui publikasi hasil karya tulis ilmiah. ***Kedua*** dari segi persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada analisis SWOT.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Anyelir Puspa Ayudia dan Siti Sri Wulandari dengan judul Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. Tujuan penelitian ini

[77] Fatkhurahman, Hadiyati, dan Idel Waldelmi, "*Strategy for Building a Positive Image Through the Publication of Scientific Works*," Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta 17, no. 2 (2022).

adalah untuk mengetahui bagaimana citra Pemerintah Kota Probolinggo, menganalisis strategi komunikasi apa yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra positif Pemerintah Kota Probolinggo dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja Pemerintah Kota Probolinggo.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa citra Pemerintah Kota Probolinggo di mata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai humas Pemerintah Kota Probolinggo, serta menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada publik dapat mempengaruhi citra Pemerintah Kota Probolinggo. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra positif Pemerintah Kota Probolinggo adalah dengan meningkatkan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota Pemerintah Kota Probolinggo atau dengan masyarakat serta keterbukaan informasi kepada masyarakat.[78]

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penulisan ini. ***Pertama*** dari segi perbedaan penelitian memfokuskan menekankan pada strategi yang dilakukan oleh seluruh civitas akademika secara umum tidak hanya berfokus pada komunikasi saja serta menggunakan analisis

[78] Anyelir Puspa Ayudia, "*Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo,"* Journal of Office Administration: Education and Practice, 1.2 (2021).

SWOT dalam menghadapi tantangan dan peluang. sedangkan penulis pada strategi komunikasi yang dilakukan humas dan faktor yang mempengaruhi kinerja. ***Kedua*** dari segi persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada strategi yang digunakan.

Ketiga penelitian yang dilakukan Dian Fauzalia dengan judul Strategi Humas dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi publikasi, strategi persuasi dan *strategy of image* untuk membangun citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, strategi publikasi yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi Muhammadiyah yakni bekerja sama dengan media cetak, media elektronik dan media sosial. Kedua, strategi persuasi yang diterapkan oleh Perguruan Tinggi Muhammadiyah yakni melakukan kunjungan ke sejumlah sekolah. Ketiga, Strategi of image yang dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi Muhammadiyah, selain bekerja sama dengan media, bekerja sama dengan perguruan tinggi dalam negeri dan luar negeri berupa pertukaran mahasiswa, beasiswa, kegiatan ilmiah untuk meningkatkan citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Perguruan tinggi Muhammadiyah juga melakukan kegiatan sosial yaitu peduli terhadap lingkungan sekitar.[79]

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penulisan ini. ***Pertama*** dari segi perbedaan penelitian melakukan penelitian dengan

[79] Dian Fauzalia, "Strategi humas dalam membangun citra perguruan tinggi muhammadiyah," Jurnal Perspektif – Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bal, 1.4 (2022).

menggunakan teori manajemen humas dan manajemen strategic atau analisis SWOT jadi ruang lingkup penulis lebih diperluas sedangkan penulis focus pada macam-macam strategi yang dilakukan humas dalam membangun citra. ***Kedua*** dari segi persamaan penelitian ini sama-sama meneliti pada strategi yang digunakan.

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhil Abdul Qadir dengan judul Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah terhadap Minat Siswa memilih Jenis Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran di SMK Negeri Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui strategi humas di SMK PGRI 01 Semarang, (2) mengetahui kendala yang ditemukan dalam meningkatkan citra di SMK PGRI 01 Semarang dan (3) mengetahui upaya yang dilakukan di SMK PGRI 01 Semarang dalam mengatasi masalah. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) strategi yang digunakan dalam meningkatkan citra SMK PGRI 01 Semarang yaitu dengan melakukan publikasi tentang segala aktivitas dan kegiatan melalui media social,menjalin komunikasi yang positif, sekolah berperan sebagai good image marker dengan meningkatkan prestasi peserta didik. (2) kendala yang ditemukan yaitu pola koordinasi tidak terjalin dengan baik, humas belum dianggap sebagai bagian yang penting, dan SDM humas belum professional. (3) upaya yang dilakukan dalam mengatasi

masalah tersebut dengan melakukan pengarahan kepada peserta didik dalam berperilaku dan berprestasi.[80]

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penulisan ini. ***Pertama*** dari segi perbedaan penelitian memfokuskan pada proses manajemen humas dalam meningkatkan image building sedangkan penulis menekankan beberapa strategi yang dilakukan civitas akademika dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan. ***Kedua*** dari segi persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang pengelolaan humas dalam meningkatkan citra sekolah.

Kelima penelitian ini dilakukan oleh Luluk Atiroh Zahroh dengan judul *Public Relations Management in Building School Image: A Case Study*. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa SDI Miftahul Huda, Kedungwaru, Tulungagung berkomitmen kuat mengembangkan lembaga pendidikan terbaik. Melihat tujuan lembaga tersebut, dapat dipahami bahwa sekolah harus dapat meningkatkan mutu pendidikan dan mengoptimalkan peran serta masyarakat yang memberi opini baik bagi citra sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang manajemen humas dalam membangun citra sekolah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan

[80] Muhammad Fadhil Abdul Qadir, "Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah terhadap Minat Siswa memilih Jenis Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran di SMK Negeri Semarang" (Skripsi UNNES Semarang, 2020).

penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan humas dalam membangun citra sekolah dilakukan melalui program kerja internal maupun eksternal, di mana masing-masing program kerja memiliki peran dalam membangun citra di SDI Miftahul Huda. Strategi humas dalam membangun citra dilakukan dengan mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur dari organisasi dengan keinginan publik, dan merencanakan serta menetapkan program aksi agar publik dapat menerima dan memahami program yang diadakan oleh sekolah.[81]

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penulisan ini. ***Pertama*** dari segi perbedaan penelitian memfokuskan strategi humas dalam membangun citra positif dengan menggunakan analisis SWOT serta mengimplementasikan teori manajemen humas sedangkan penulis menekankan pada strategi humas dengan cara mengevaluasi perilaku public dan mengidentifikasi, merencanakan serta menetapkan program aksi agar public dapat menerima dan memahami program yang diadakan oleh sekolah. ***Kedua*** dari segi persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada strategi humas dalam membangun citra.

Dari beberapa penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu. Seperti yang dijelaskan table dibawah ini :

[81] Luluk Atirotu Zahroh, "*Public Relations Management in Building School Image: A Case Study*," AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 6, no. 1 (2022).

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian terdahulu

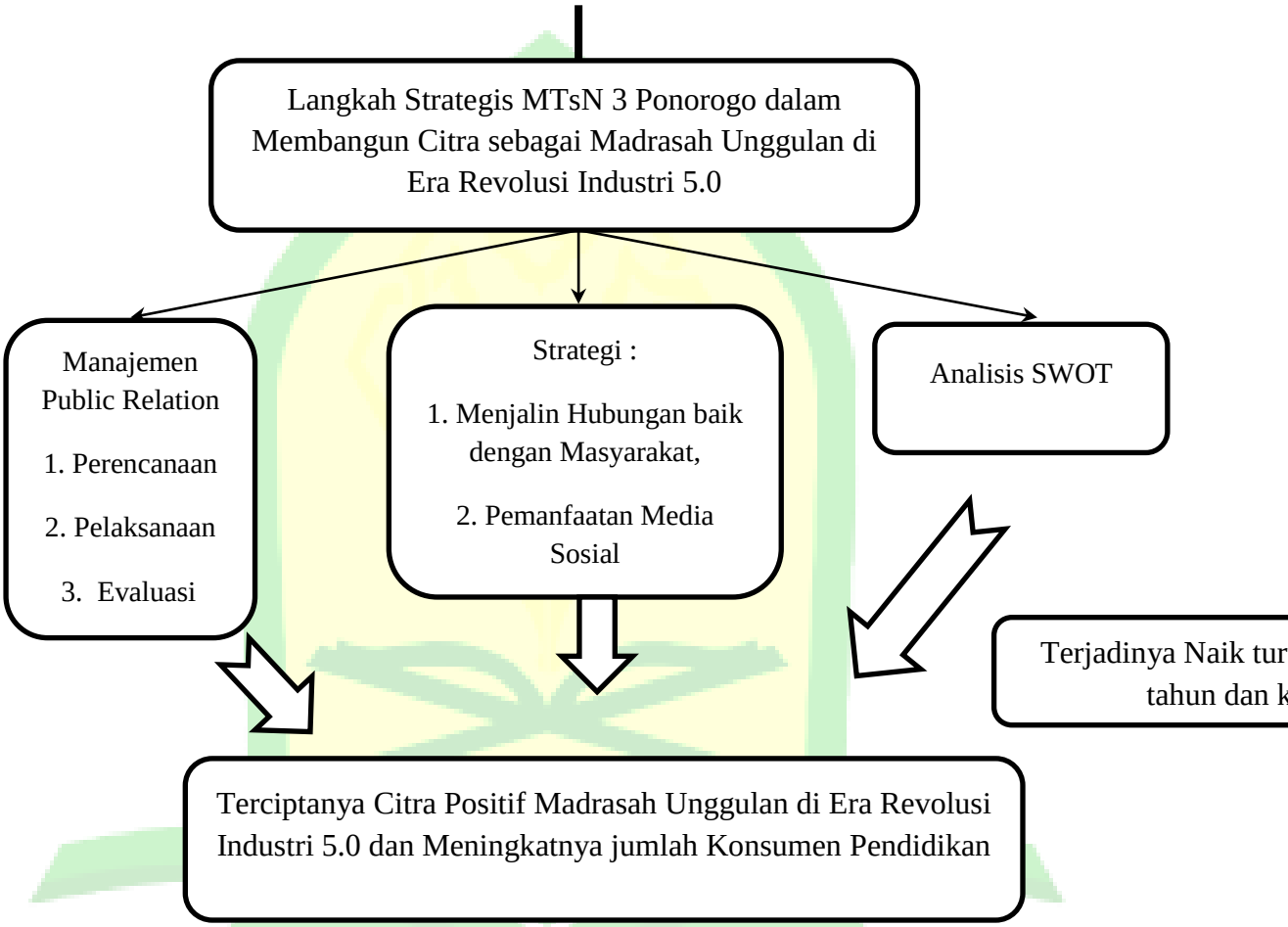
NO	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Hadiyati, Fatkhurahman, Idel Waldelmi	*Strategy for Building a Positive Image Through the Publication of Scientific Works*	Persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada analisis SWOT. .	Perbedaan penelitian memfokuskan pada strategi dalam meningkatkan citra dengan cara mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagai strategi lainnya sedangkan penulis menekankan pada strategi dalam membangun citra dengan melalui publikasi hasil karya tulis ilmiah
2.	Anyelir Puspa Ayudia dan Siti Sri Wulandari	Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo.	Persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada strategi yang digunakan.	Perbedaan penelitian memfokuskan menekankan pada strategi yang dilakukan oleh seluruh civitas akademika secara umum tidak hanya berfokus pada komunikasi saja serta menggunakan analisis SWOT dalam menghadapi tantangan dan

				peluang. Sedangkan penulis pada strategi komunikasi yang dilakukan humas dan faktor yang mempengaruhi kinerja.
3.	Dian Fauzalia	Strategi Humas dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah.	Penelitian ini sama-sama meneliti pada strategi yang digunakan.	Perbedaan penelitian. Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teori manajemen humas dan manajemen strategic atau analisis SWOT jadi ruang lingkup penulis lebih diperluas sedangkan penulis focus pada macam-macam strategi yang dilakukan humas dalam membangun citra.
4.	Muhammad Fadhil Abdul Qadir	Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah terhadap Minat Siswa memilih Jenis Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran di SMK Negeri	penelitian ini sama-sama membahas tentang pengelolaan humas dalam meningkatkan citra sekolah.	Penelitian ini menekankan beberapa strategi yang dilakukan civitas akademika dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan

		Semarang		sedangkan penulis menekankan pada proses manajemen humas dalam meningkatkan image building
5.	Luluk Atiroh Zahroh	*Public Relations Management in Building School Image: A Case Study*	Persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada strategi humas dalam membangun citra.	Perbedaan penelitian memfokuskan strategi humas dalam membangun citra positif dengan menggunakan analisis SWOT serta mengimplemen tasikan teori manajemen humas sedangkan penulis menekankan pada strategi humas dengan cara mengevaluasi perilaku public dan mengidentifika si, merencanakan serta menetapkan program aksi agar public dapat menerima dan memahami program yang diadakan oleh sekolah.

PONOROGO

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.2 Kerangka Pikir Langkah Strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era Revolusi Industri 5.0

PONOROGO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini lebih menekankan pada catatan dengan deskriptif kalimat yang rinci, mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya dalam mendukung penyajian data.[82] Adapun metode penelitian ini menggunakan studi kasus dengan mengungkap strategi MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *Society*. Dalam hal ini peneliti mengungkap suatu keadaan secara mendalam dan ikut terjun langsung di lokasi penelitian.

Penelitian dilakukan berdasarkan kondisi real atau *natural setting*, sistematis, kompleks dan rinci di suatu lembaga pendidikan.[83] Dengan hasil penelitian berupa data deskriptif, lisan, atau kata-kata dari sumber data berupa orang maupun perilaku yang diamati.[84]

B. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data dan sumber berasal dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama baik melalui observasi maupun wawancara kepada responden dan informan. Pada penelitian

PONOROGO

[82] Farida Nurahmi,*Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Books, 2014),96.

[83] Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018),9.

[84] Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Perubahan* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015),28.

ini peneliti mencari data dengan menggali informasi melalui wawancara mendalam dengan informan yang ada di MTsN 3 Ponorogo yaitu kepala madrasah, wakil kepala humas, guru,siswa, dan masyarakat.[85]

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi[86]. Karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi dan juga berupaya mengadakan analisis kualitatif tentang langkah strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*.

Berdasarkan hal tersebut agar hasil yang diperoleh dalam penelitian benar-benar data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, maka teknik pengumpulan data peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

   Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja yang dilakukan oleh informan di madrasah, oleh karena itu peneliti membuat catatan tentang apa yang dilihat di madrasah maupun di luar madrasah baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan dari observasi yaitu untuk merekam secara langsung aktivitas informan terkait permasalahan dalam penelitian kemudian dibandingkan dengan hasil wawancara dari

[85] Samsu, *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methodes Researcg & Development)*, Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017),94-95.

[86] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 224.

para informan di MTsN 3 Ponorogo. Data yang akan diperoleh melalui observasi berupa catatan dari hasil pengamatan terkait strategi humas MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *Society*.

2. Teknik Wawancara

   Menurut Bogdan dan Biklen yang ditulis oleh Salim dan Syahrum mengatakan bahwa wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berisi tentang keterangan.[87] Wawancara dilakukan secara semi terstruktur yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Wawancara ini dilakukan kepada Kepala Madrasah, Wakil Kepala bidang Humas, guru, siswa, dan masyarakat. Untuk itu maka peneliti perlu menyusun suatu pedoman pada saat melakukan wawancara guna memperoleh informasi dan data yang dimaksud.

3. Teknik Dokumentasi

   Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.[88] Dokumentasi ini berupa catatan tertulis yang sering digunakan untuk memperoleh dokumen tentang implementasi manajemen humas di MTsN 3 Ponorogo. Dokumen ini meliputi catatan ketika rapat terkait perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian humas di MTsN 3 Ponorogo dan beberapa dokumen penting terkait prestasi yang

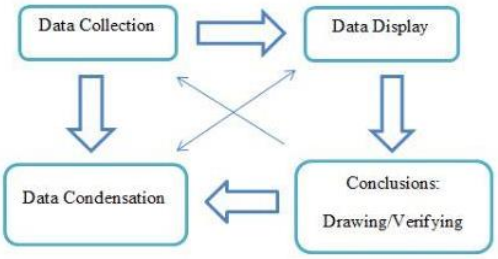
[87] Salim dan Syahrum, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 119.

[88] Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019),72.

didapatkan MTsN 3 Ponorogo. Bagi peneliti teknik dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan data dokumen tentang strategi MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *Society*.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data dilakukan sejak tahap wawancara, bila jawaban wawancara dirasa belum memuaskan, maka pertanyaan wawancara akan di kembangkan hingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data condensation (kondensasi data), data display (penyajian data), dan conclusion drawing or verifications (penarikan kesimpulan atau verifikasi).



Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data

1. Data *Condensation* (Kondensasi data)[89]

   Data yang mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data yang dikumpulkan melalui penulisan catatan lapangan, transkip atau hasil wawancara, dokumen-dokumen dan bahan empiris lainnya. Dengan adanya proses kondensasi ini diharapkan data yang diperoleh lebih akurat. Dalam penelitian ini peneliti akan memahami data terkait proses membangun citra madrasah, kemudian memfokuskan informasi pada proses strategi dalam membangun citra.

2. Data *Display* (Penyajian Data)[90]

   Tahapan setelah adanya kondensasi data adalah penyajian data, pada penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bagan, hubungan antar kategori, uraian singkat dan sejenisnya. Dalam penyajian data biasanya menggunakan teks yang bersifat naratif, bertujuan untuk memudahkan dalam memahami apa yang terjadi selanjutnya berdasarkan informasi yang telah dipahami atau yang sudah didapat.

3. *Drawing and Verifying Conclusions* (Kesimpulan)

   Langkah yang berikutnya yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang telah disampaikan di awal masih bersifat sementara, dan akan berubah setelah adanya bukti-bukti yang diperoleh saat pengumpulan data. Namun apabila bukti-bukti yang diperoleh bersifat valid dan terbukti kebenarannya serta sesuai dengan kesimpulan di awal, maka kesimpulan

PONOROGO

[89] Miles Mattew B.A Huberman, Michael Huberman, dan Jhony Saldana, *Quality Data Analysis A. Methods Sourcebooks Edition 3* (Singapore: SAGE Publication, 2014),12.

[90] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 249.

yang dikemukakan bersifat konsisten dan kredibel. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan temuan.[91]

E. Pengecekan Keabsahan Penelitian

Pengecekan keabsahan data dilakukan peneliti dengan menggunakan jenis kredibilitas dengan dua pendekatan yaitu :

1. Pendekatan berdasarkan lamanya waktu penelitian. Dalam hal ini peneliti memperpanjang di dalam mencari data di lapangan dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber yang dilakukan tidak hanya satu kali tapi berulang kali dan berhari-hari bahkan berminggu-minggu. Hal ini bertujuan agar peneliti memahami terkait penelitian yang dilakukan serta untuk menumbuhkan kepercayaan diri dari subjek peneliti.
2. Pendekatan Triangulasi. Triangulasi Teknik pengumpulan data yakni dengan menggabungkan antara teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan triangulasi sumber yakni dengan menggabungkan data yang diperoleh dari kepala Madrasah, Wakil Kepala bidang Humas, guru, siswa dan masyarakat.

F. Tahap penelitian

Menurut Lexy J. Moleong dalam buku Umar Sidiq dan Miftahul Choiri tahap-tahap penelitian ini dilakukan secara kualitatif terdiri dari 3 tahapan:[92]

1. Tahap Pra lapangan

PONOROGO

[91] Sugiyono,252.

[92] Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019),24-38.

Tahap Pra-lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum pengumpulan data. Tahapan ini diawali dengan penjajakan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Tahapan ini secara rinci meliputi: menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan menilai lokasi penelitian, memilih dan memanfaatkan informan, menyiapkan perlengkapan penelitian, persoalan etika penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan di lapangan

   Tahap pelaksanaan di lapangan yang terdiri dari observasi dokumentasi hasil rapat perencanaan humas, melakukan pendekatan dengan wakil kepala bidang humas yang diasumsikan menjadi subjek penelitian, dan mengumpulkan data-data yang diperoleh dalam fokus penelitian langkah strategis MTsN 3 Ponorogo dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan.

3. Tahap Analisis Data

   Tahap ini merupakan tahapan dimana peneliti melakukan analisis data yang telah diperoleh baik dari informan maupun dari dokumen-dokumen pada tahap sebelumnya. Tahap ini dilakukan sebelum peneliti menulis laporan penelitian.

PONOROGO

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Sejarah Berdirinya MTsN 3 Ponorogo daftar isi

Pada tahun 1993 Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Ponorogo ini berdiri dengan nama Madrasah Tsanawiyah Negeri Ngunut dan memperoleh siswa sejumlah 120. Kemudian lembaga madrasah ini berkembang dengan seiring berjalannya waktu dan mendapat respon positif dari masyarakat. Di Tahun ke 3 Ruang Belajar, 1 Ruang Kantor, 1 Ruang Guru dan fasilitas lain termasuk lapangan olah raga. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadi sebuah penghalang bagi madrasah dalam meraih berbagai prestasi.

Di tahun 1994/1995 madrasah ini mendapatkan wakaf tanah dan gedung dengan lokasi yang tidak jauh dari gedung utama untuk keberlangsungan pembelajaran. Pada tahun 1998 madrasah memutuskan bahwa gedung baru menjadi gedung utama dalam melakukan semua aktifitas baik perkantoran maupun pembelajaran. Gedung ini berjarak 200 meter ke utara dari gedung lama.

Menurut Keputusan Menteri Agama Nomor 670 Tahun 2016 tentang Perubahan Nama Madrasah, Madrasah Tsanawiyah Negeri Ngunut berubah menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Ponorogo.[93]

1. Profil MTsN 3 Ponorogo

[93] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 01/D/09-I/2023.

Nama Madrasah	MTSN 3 PONOROGO
NPSN	20584853
Alamat	Jalan S. Sukowati Nomor 90
Kode Pos	63491
Desa/Kelurahan	Ngunut
Kecamatan	Babadan
Kabupaten/Kota	Ponorogo
Propinsi	Jawa Timur
Status Madrasah	Negeri
Tanggal SK Pendirian	1993-10-25
Status Akreditasi	A/2015

2. Letak geografis MTsN 3 Ponorogo

MTsN 3 Ponorogo ini berada di Kabupaten Ponorogo tepatnya di Jl. S. Sukowati Nomor 9, Desa Ngunut, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. MTsN 3 Ponorogo berada di jalur besar Ponorogo-Magetan.

3. Visi, Misi, dan Tujuan MTsN 3 Ponorogo

MTsN 3 Ponorogo memiliki Visi, Misi, dan Tujuan sebagai berikut:[94]

a. **Visi Madrasah**

Tabel 4.1 Table Visi MTsN 3 Ponorogo

Visi	Mewujudkan MTsN 3 Ponorogo Unggul dalam

[94] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 02/D/10-I/2023.

	IMTAQ serta IPTEK dan peduli lingkungan.
Indikator	**1)** Unggul dalam keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan YME, **2)** Unggul dalam pengembangan Kurikulum yang mengacu 8 standar pendidikan, **3)** Unggul dalam pelaksanaan pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan menyenangkan dengan pendekatan SCIENTIFIC, **4)** Unggul dalam prestasi akademik dan non akademik, **5)** Unggul dalam kejujuran, disiplin, peduli, santun, percaya diri, dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dan alam., **6)** Unggul dalam pembelajaran dan pengembangan diri yang terintegrasi dengan Pendidikan Lingkungan Hidup dan P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba), **7)** Unggul dalam karakter warga Madrasah yang berbudi pekerti luhur, bersih dari narkoba dan peduli terhadap kelestarian fungsi lingkungan, **8)** Unggul dalam menciptakan lingkungan Madrasah yang bersih, asri dan nyaman untuk mencegah pencemaran dan kerusakan lingkungan.

b. Misi Madrasah

Tabel 4.2 Misi MTsN 3 Ponorogo

Misi	**a.** Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan YME melalui penanaman budi pekerti dan program kegiatan keagamaan,

	b. Mewujudkan pengembangan Kurikulum yang meliputi 8 standar pendidikan, **c.** Mewujudkan pelaksanaan pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan dengan pendekatan SCIENTIFIC, **d.** Meningkatkan prestasi akademik dan non akademik, **e.** Meningkatkan sikap kejujuran, disiplin, peduli, santun, percaya diri, dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dan alam, **f.** Mewujudkan pembelajaran dan pengembangan diri yang terintegrasi dengan Pendidikan Lingkungan Hidup dan P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba), **g.** Mewujudkan karakter warga Madrasah yang berbudi pekerti luhur, bersih dari narkoba dan peduli terhadap kelestarian fungsi lingkungan, **h.** Mewujudkan kondisi lingkungan Madrasah yang bersih, asri dan nyaman untuk mencegah pencemaran dan kerusakan lingkungan dengan melaksanakan Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH)

c. **Tujuan Madrasah**

Tabel 4.3 Tujuan MTsN 3 Ponorogo

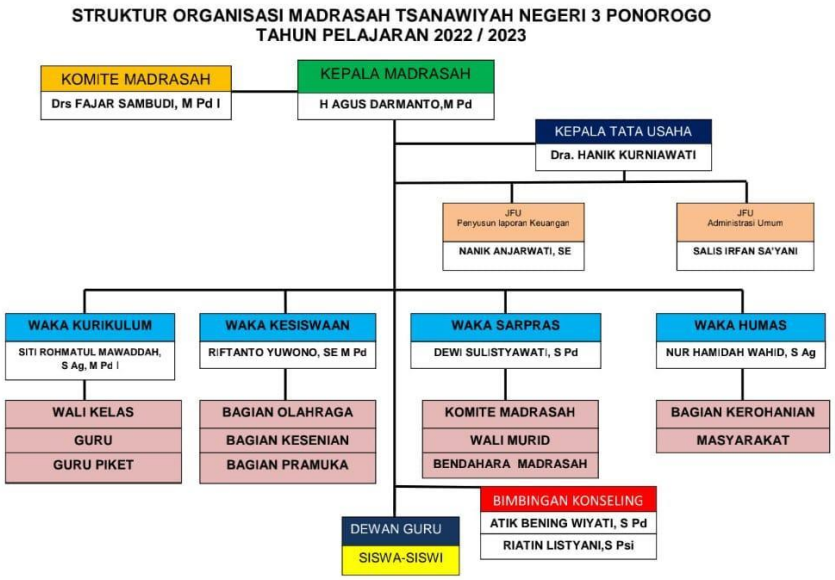
Tujuan	1) Terlaksananya program kegiatan keagamaan seperti : sholat Dzuhur dhuha berjamaah, Istighosah, pesantren kilat/Ramadhan dan Peringatan Hari Besar Keagamaan, 2) Terlaksananya pengembangan Kurikulum yang meliputi 8 standar pendidikan,

	3) Terlaksananya pelaksanaan pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan dengan pendekatan ***SCIENTIFIC,*** 4) Tercapainya prestasi dalam kompetisi akademik dan non akademik tingkat kabupaten/maupun provinsi, 5) Terlaksananya pembiasaan 5 S - 1 P (Salam, Salim, Senyum, Sapa, Santun, dan Peduli Lingkungan), 6) Terlaksananya pembelajaran dan pengembangan diri yang terintegrasi dengan Pendidikan Lingkungan Hidup dan P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba), 7) Terwujudnya karakter warga Madrasah yang berbudi pekerti luhur, bersih dari narkoba melalui program pembiasaan, kegiatan LATANSA serta program 7 K, 8) Tercapainya lingkungan Madrasah yang bersih, asri dan nyaman untuk pembelajaran sebagai upaya pelestarian fungsi lingkungan, mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan dengan melaksanakan Pendidikan Lingkungan Hidup (PLH)

4. Struktur Organisasi MTsN 3 Ponorogo

Struktur organisasi adalah pola tugas dan hubungan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi merupakan suatu gambar yang

menggambarkan tipe organisasi kedudukan dan jenis wewenang pejabat.[95] Di MTsN 3 Ponorogo jabatan tertinggi adalah kepala madrasah dan disamping kiri ada komite sekolah kemudian di bawahnya disusun para anggota atau stakeholder yang ada di MTsN 3 Ponorogo.[96]



Gambar 4.1 Struktur Organisasi MTsN 3 Ponorogo Tahun 2022/2023

5. Tenaga Pendidik dan Kependidikan MTsN 3 Ponorogo

Di lembaga Pendidikan sumber daya manusia (SDM) meliputi seluruh warga madrasah, kepala madrasah, bapak ibu guru, tenaga kependidikan, siswa, staf, dan lainnya yang ada di lingkungan MTs N 3 Ponorogo. Berikut data sumber daya manusia di MTs N 3 Ponorogo:[97]

PONOROGO

[95] Nurlia, "*Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/Harapan Dengan Hasil Kerja)*," Meraja Journal 2, no. 2 (2019): 53–54.

[96] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 03/D/09-I/2023.

[97] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 04/D/09-I/2023.

Tabel 4.4 DATA GURU DAN PEGAWAI
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 PONOROGO
TAHUN PELAJARAN 2021 / 2022

No	N a m a	Jabatan
1	H. Agus Darmanto, M.Pd.	Kepala Madrasah
2	Siti Rohmatul Mawaddah, S.Ag., M.Pd. I	Waka Kurikulum
3	Riftanto Yuwono, S.E., M.Pd.	Waka Kesiswaan
4	Nur Hamidah Wahid, S.Ag.	Waka Humas
5	Dewi Sulistyawati, S.Pd.	Waka Sarpras
6	Dra. Hanik Kurniawati	Kepala Tata Usaha
7	Miftahudin, S.Pd.	Guru IPA
8	Sun'an Fathoni, S.Pd.	Guru IPA
9	Mohammad Asrofi, S.Pd.	Guru Bahasa Inggris
10	Agus Mushoffa Jauhari, S.Pd.	Guru Fiqih
11	Setyono Adji, S.Pd.	Guru Matematika
12	Drs. N j o t o	Guru IPS
13	Dra. Nur Rohmatika	Guru IPA
14	Asna Mahyati, S.Pd.	Guru Matematika
15	Titik Muslichah, S.Pd.	Guru Prakarya
16	M e s i r a h, S.Pd.	Guru Bahasa Inggris
17	N u r y an t o	Guru Penjas Orkes
18	Dwi Andriani, S.Pd.	Guru Bahasa Indonesia
19	Ety Khusniawati, S.S.	Guru Bahasa Indonesia
20	Amirul Mu'minin, M.A.	Guru Qurdis
21	Ulis Sa'adah, S.Ag.	Guru Bahasa Arab
22	Atik Bening Wiyati, S.Pd.	Guru BK
23	Sri Harmanti, S.Pd.	Guru PPKn
24	Umi Qomariyah, M.Pd.I.	Guru Aqidah Akhlaq
25	Puji Rahayu, S.Pd.	Guru Bahasa Inggris
26	Alfi Mufidah, S.Ag.	Guru Aqidah Akhlaq
26	Elmi Hidayana, S.Ag.	Guru Bahasa Arab
28	Dra. Darwati	Guru PPKn
29	Zahra Zakiyatul Muna, S.Pd.I.	Guru Fiqih
30	M a h m u d, S.Pd.I.	Guru Fiqih
31	W i n a r t o, S.E.	Guru IPS
32	Umi Romlah, S.Sos.	Pegawai TU
33	Yulis Wahyuni, S.Pd.I.	Guru Bahasa Jawa
34	Nanik Anjarwati, S.E.	Bendahara Pengeluaran
35	Salis Irfan Sayani	Pegawai TU
36	Sri Utami, S.Pd.	Guru IPA
37	Nur Rohmawati, S.Pd.	Guru Bahasa Inggris
38	Anies Hidayanti, S.Pd.	Guru Bahasa Inggris
39	Ribut Mulyadi, S.Pd.	Guru Penjas Orkes

40	Khalis Zamrani Putra, M.Pd.I.	Guru Bahasa Inggris
41	Riatin Listyani, S.Psi.	Guru BK
42	Ari Ainu Rifa'i, S.Pd.	Guru Matematika
43	Annisa Ardiansyah, S.A.B., M.Pd.I.	Guru IPS
44	Fuad Fitriawan, M.Si.	Guru IPA
45	Y u s r o n, S.Pd.	Guru BK
46	Anny Syoekria, S.Ag.	Guru SKI
47	Redno Kartikasari, S.Pd.	Guru IPA
48	Yunia Puspita Dewi, S.Pd.	Guru Bahasa Jawa
49	Yana Zahrowati Rofi'ah, S.Pus.	Pegawai TU
50	Kartika Dwi Rahayu, S.Pd.	Pegawai TU
51	Helmi Fauzi, S.Pd.	Guru BK
52	Vina Nida'ul Mufidah, M.Pd.I.	Guru Bahasa Arab
53	Ugeng Supriyanto	Pegawai TU
54	H a r i y a n t o	Pegawai TU
55	Rudi Setiawan	Pegawai TU
56	Andre Nur Firmansyah, S.Pd.	Guru Bahasa Indonesia
57	Nisa' Khoirun Nur Rohmah, S.E.	Pegawai TU
58	Prakash Adi Nugroho	Pegawai TU
59	Galang Romadlon Pamungkas	Pegawai TU
60	Moh Sony Budiono	Pegawai TU
61	Danang Wahyu Hafidha P, S.Pd.	Guru PJOK

6. Keadaan Sarana dan Prasarana MTsN 3 Ponorogo

Sarana merupakan sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan, sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang dapat menunjang terlaksananya suatu kegiatan. Pengelolaan sarana dan prasarana merupakan kegiatan yang sangat penting, karena dengan adanya sarana prasarana ini dapat mendukung suksesnya pembelajaran di lingkungan madrasah.[98] Berikut data sarana dan prasarana MTsN 3 Ponorogo:[99]

PONOROGO

[98] Irjus Indrawan, *Pengantar Manajemen Sarana dan Prasarana Madrasah* (Yogyakarta: Deepublish, 2012),9.

[99] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 05/D/09-I/2023.

Tabel 4.5 Data Sarana dan Prasarana MTsN 3 Ponorogo

No	Jenis Bangunan	J u m l a h	Kondisi
1.	Ruang Kepala Madrasah	1 Buah	Baik
2.	Ruang Tata Usaha	1 Buah	Baik
3.	Ruang Wakil Kepala Madrasah	1 Buah	Baik
4.	Ruang Guru	1 Buah	Baik
5.	Ruang Kelas	21 Buah	3 Rusak Ringan
6.	Ruang Laboratorium Komputer	2 Buah	Baik
7.	Ruang Laboratorium I P A	1 Buah	Baik
8.	Ruang Laboratorium Bahasa	1 Buah	Baik
9.	Ruang Perpustakaan	1 Buah	Baik
10.	Ruang Multimedia	1 Buah	Baik
11.	Ruang U K S	1 Buah	Baik
12.	Ruang Musik	1 Buah	Baik
13.	Ruang Pramuka	1 Buah	Baik
14.	Ruang BP	1 Buah	Baik
15.	Ruang Satpam	1 Buah	Baik
16.	Ruang OSIS	1 Buah	Baik
17.	Toilet Kepala Madrasah	1 Buah	Baik
18.	Toilet Tata Usaha	1 Buah	Baik
19.	Toilet Guru	2 Buah	Baik
20.	Toilet Wakil Kepala Madrasah	1 Buah	Baik
21.	Toilet BP	1 Buah	Rusak Ringan
22.	Toilet Siswa	5 Buah	Baik
23.	Kantin	2 Buah	Baik
24.	Gudang	1 Buah	Rusak Ringan
25.	Ruang Kopsis	1 Buah	Baik
26.	Masjid	1 Buah	Baik
27.	Lapangan	1 Buah	Rusak Ringan
28.	Tempat Parkir Guru	1 Buah	Baik
29.	Tempat Parkir Siswa	1 Buah	Baik
30.	Pompa Air	1 Buah	Baik
31.	Pacul	1 Buah	Baik
32.	Rak-Rak Penyimpanan	3 Buah	Baik
33.	Mesin Ketik Manual Portable (11-13 Inchi)	1	Baik
34.	Mesin Ketik Manual Standar (14-16 Inchi)	2 Buah	Baik
35.	Mesin Stensil Manual Polio	2 Buah	Baik
36.	Lemari Besi Metal	2 Buah	Baik
37.	Lemari Kayu	13 Buah	Baik
38.	Piala	25 Buah	Baik

7. Prestasi

MTsN 3 Ponorogo telah memperoleh beberapa prestasi baik akademik maupun non akademik. Dalam 3 tahun terakhir ini sudah ada beberapa prestasi yang diraih MTsN 3 Ponorogo baik tingkat kabupaten maupun nasional. Di MTsN 3 Ponorogo tidak hanya siswa saja yang berprestasi akan tetapi guru juga ikut serta dalam berkompetisi sehingga memperoleh beberapa prestasi. Di Tahun 2023 MTsN 3 Ponorogo memperoleh beberapa prestasi di acara SAC XV MAN 2 Ponorogo.[100] Berikut daftar prestasi yang diperoleh MTsN 3 Ponorogo di Tahun 2023:

1) Juara 1 MTQ Putra
2) Juara 1 Ghina' Arabi Putra
3) Juara 3 News Anchor
4) Juara 1 Kaligrafi
5) Juara Umum SAC XV MAN 2 Ponorogo tahun 2023
6) Juara 3 Lomba Kepala Madrasah Bapak Agus Darmanto dalam kegiatan HAB Kemenag ke-77.
7) Juara 3 Lomba Guru berprestasi Ibu Sri Harmanti dalam kegiatan HAB Kemenag ke-77.

B. Deskripsi Data

Paparan informasi adalah penjelasan yang disajikan yang dibuat untuk mengenali ciri informasi pokok yang berkaitan dengan riset yang dicoba periset dengan topik cocok dalam pertanyaan-pertanyaan yang periset jalani peneliti lihat dalam proses riset Buat membedakan informasi hasil riset ini,

[100] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 10/D/09-I/2023.

hingga penulis memakai kode huruf pada masing-masing informasi bagi berdasarkan tata cara pengumpulannya. Kode-kode tersebut merupakan : 1) Buat informasi hasil observasi memakai kode O, 2) Buat informasi yang berasal dari wawancara memakai kode W, serta 3) Buat informasi yang berasal dari dokumentasi memakai kode Dok serta diteruskan dengan urutan focus wawancara, sumber informasi serta waktu.

Berikut ini disampaikan paparan data lengkap berkaitan dengan fokus penelitian, yakni :

1. **Manajemen *Public Relation* dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society*.**

Untuk mengetahui manajemen *public relation* dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era revolusi 5.0 maka peneliti melakukan penggalian data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Kepala MTsN 3 Ponorogo :

> Model branding Visi,Misi, dan Tujuan MTsN 3 Ponorogo yaitu dengan dibukanya kelas-kelas program tertentu yang dinamakan kelas bina prestasi. Kelas bina prestasi ada empat yaitu kelas olimpiade, kelas tahfidz, kelas multimedia, dan kelas olahraga.[101]

Selain berdasarkan wawancara diatas peneliti juga melakukan observasi yang berkaitan dengan model branding MTsN 3 Ponorogo melalui kelas-kelas bina prestasi secara langsung.[102] Didalam kelas bina prestasi ini untuk jam pelajaran ada tambahan setelah jam ke 8. Selain itu fasilitas kelas yang berbeda dengan kelas reguler. Dalam kelas bina

[101] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[102] Lihat Transkip Observasi Nomor: 01-O/12-I/2023.

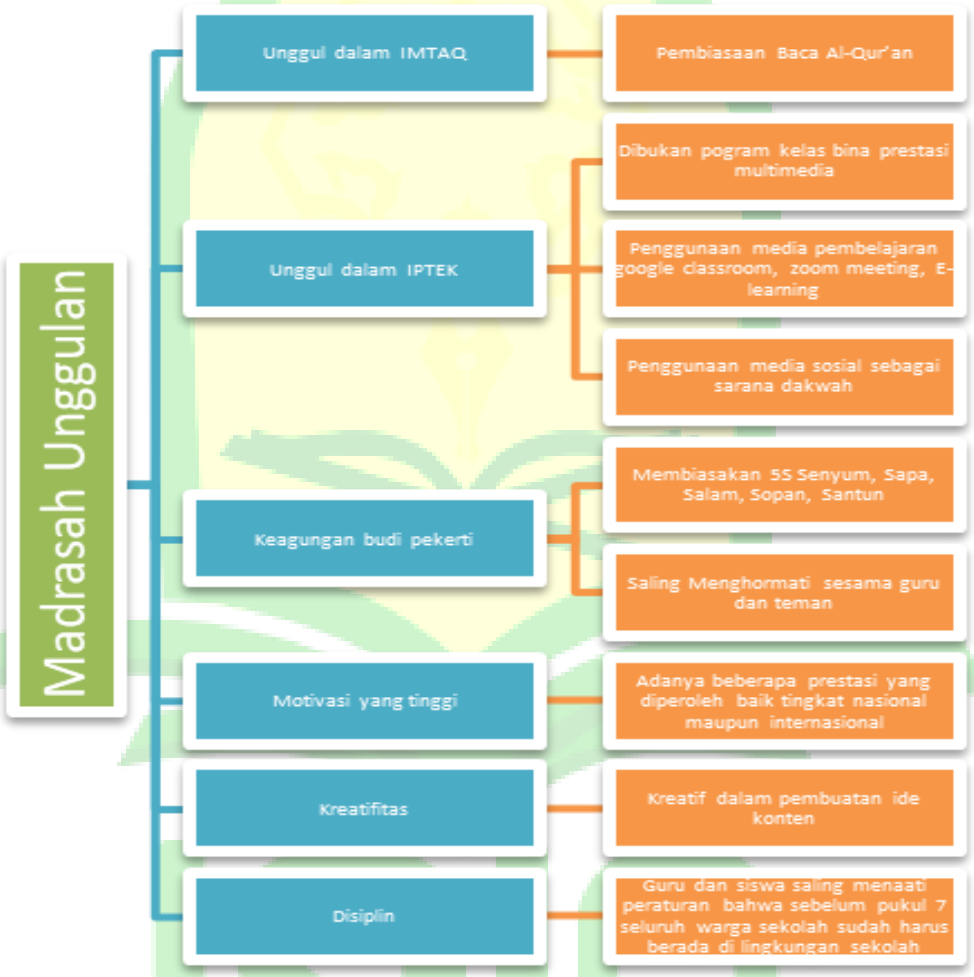
prestasi untuk fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing kelas.[103] Model branding visi, misi, dan tujuan MTsN 3 Ponorogo diperkuat lagi melalui wawancara bersama Ibu Siti Rohmatul Mawaddah selaku wakil kepala bidang kurikulum MTsN 3 Ponorogo :

> Branding dari Visi, Misi, dan Tujuan MTsN 3 Ponorogo selain dengan dibukanya kelas bina prestasi, kami juga membranding adanya program pembiasaan setiap pagi yang sudah berjalan di MTsN 3 Ponorogo ini. Hal ini bertujuan untuk membentuk MTsN 3 Ponorogo sebagai madrasah berkarakter. Pembiasaan ini berlaku untuk seluruh warga sekolah, jadi tidak hanya siswa saja. Karena pendidikan karakter ini berasal dari guru yang memberi contoh sehingga siswa meneladani.[104]

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi berdasarkan pernyataan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah terkait branding madrasah unggulan yaitu unggul dalam IMTAQ melalui pembiasaan baca Al-Qur'an setiap pagi. Dalam kegiatan ini bagi siswa yang masih belum bisa membaca Al-Qur'an untuk siswa yang belum lancar membaca Al—Qur'an dipisah dan ditempatkan jadi satu di masjid. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelajaran baca Al-Qur'an kepada siswa secara intensif. Kemudian unggul dalam IPTEK ini dibuktikan dengan dibukanya program kelas bina prestasi, penggunaan media pembelajaran seperti *Classroom*, *E-Learning*, dan beberapa link untuk mengkases pembelajaran. Selain itu terkait keagungan budi pekerti ini peneliti mengamati melalui pembiasaan 5S yang diterapkan dilingkungan MTsN 3 Ponorogo dan adab budi pekerti terhadap guru dan sesama teman, komponen yang keempat yaitu motivasi yang tinggi dalam meraih prestasi ini juga di nyatakan dengan adanya

[103] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 06/D/10-I/2023.
[104] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 03/W/20-I/2023.

beberapa prestasi yang sudah diraih oleh MTsN 3 Ponorogo bik tingkat nasional maupun internasional. Dalam kreatiftas ini juga diterapkan pada pembuatan konten video yang melibatkan kreatifitas para siswa dalam pemikiran ide konten video tiktok, dan sikap disiplin ini diterapkan melalui aturan kedatangan siswa dan guru sebelum jam 7 pagi guna mengikuti pembiasaan wajib.[105]



Gambar 4.2 Implementasi Kriteria Madrasah Unggulan MTsN 3 Ponorogo

[105] Lihat Transkip Observasi Nomor: 02/O/14-I/2023.

Untuk selanjutnya, dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan kepala madrasah terkait model perencanaan :

> Model perencanaan MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan yaitu dengan mewujudkan kelas bina prestasi yang mana di MTsN 3 Ponorogo ini terdapat 4 kelas bina prestasi yang meliputi kelas olimpiade, kelas tahfidz, kelas olahraga, dan kelas multimedia.[106]

Hal tersebut diperkuat lagi sesuai hasil wawancara dengan Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas yang mengatakan bahwa:

> Model perencanaan MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di mulai membuat program kerja yang berkaitan dengan kehumasan. Program kerja tersebut berisikan hal-hal yang mencakup gambaran MTsN 3 Ponorogo atau wajah madrasah dalam rangka dakwah melalui media sosial yang saat ini marak di kalangan remaja.[107]

Wawancara selanjutnya berkaitan dengan kapan dimulainya perencanaan dalam membangun citra. Sesuai dengan penuturan Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas:

> Perencanaan dimulai pada awal semester. Setiap wakil kepala bidang membuat program kerja. Seperti halnya bidang humas juga membuat program kerja kehumasan yang mana program kerja ini berisikan hal-hal yang memperlihatkan wajah madrasah ke khalayak.[108]

Dalam kegiatan perencanaan ini ada beberapa tokoh dilibatkan. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo:

> Adapun yang terlibat dalam kegiatan perencanaan ini kepala madrasah kemudian Kepala TU, wakil kepala madrasah, tim pengembang madrasah, dan komite madrasah.[109]

---

[106] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[107] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[108] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[109] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

Pernyataan dari Bapak Agus Darmanto ini didukung dengan adanya dokumentasi pada rapat bersama tim pengembang madrasah.[110]Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas juga menambahi terkait siapa saja yang terlibat dalam perencanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan:

> Dalam bidang humas ini ada yang namanya tim IT, selain itu kami juga bekerja sama dengan wakil kepala bidang kurikulum, kesiswaan dan sarpras dalam membuat sebuah program kerja. Contohnya kami membuat program kerja sosialisasi ke SD/MI jadi kami menjalin kerjasama dengan wakil kepala bidang yang lainnya.[111]

Selaku Kepala Madrasah bapak Agus Darmanto juga mengungkapkan terkait beberapa hal yang akan dicapai dalam membentuk citra sebagai madrasah

> Adapun yang ingin kami capai di dalam membentuk citra sebagai madrasah unggulan ini kami ingin unggul dibidang akademik dan non akademik. Di bidang akademik berhubungan dengan bidang keilmuan, sedangkan yang non akademik itu adalah dari bidang yang lain seperti multimedia dan olahraga.[112]

Selain itu Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang Humas juga menambahi terkait hal apa saja yang akan dicapai di dalam membentuk citra sebagai madrasah unggulan dan berapa lama waktu yang diperlukan untuk merencanakannya:

> Kalo target itu minimal kami madrasah harus tetap eksis selain itu juga untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas. Kualitas dibidang ilmu dan akhlak.[113]
>
> Di dalam merencanakan ini kurang lebih beberapa kali rapat sekitar satu bulan untuk mencapai kata sepakat dan kesepemahaman di dalam membuka program kelas bina prestasi.[114]

[110] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 08/D/11-I/2023.
[111] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[112] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[113] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.

Hal ini juga ditambahi oleh Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas yang mengatakan bahwa:

> Terkait perencanaan ini kami membuat RKAM. Untuk jangka waktu dalam memantapkan program bisa 2 hari itu sudah matang.[115]

Mekanisme atau alur dalam proses pelaksanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan ini menurut Bapak Agus Darmanto:

> Jadi yang pertama kami membuka kelas, kemudian bekerjasama dengan stakeholder atau instruktur yang berkompeten dengan cara mengambil guru dari luar yang sesuai dengan kompetensinya. Seperti bidang akademik kita bekerja sama dengan bimbingan belajar, untuk kelas tahfidz kami bekerja sama dengan pondok tahfidz. Dari sanalah kemudian terbentuklah satu kelas yang sesuai dengan bidangnya.[116]

Hal ini ditambah menurut penuturan dari Ibu Nur Hamidah terkait kapan proses pelaksanaan dalam membangun citra madrasah unggulan dimulai:

> Kelas bina prestasi olimpiade ini dimulai pada tahun 2010 dan kelas tahfidz ini pada tahun 2018. Sedangkan kelas olahraga dan multimedia ini baru kami buka di tahun 2022.[117]

Bapak Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo mengatakan bahwa mekanisme atau proses pelaksanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan:

> Kelas binpres memiliki jadwal tersendiri. Jadi kalo kelas biasa itu hanya sampai jam kesepuluh artinya jam 2 selesai, kalo dikelas binpres ini masih ada tambahan jam pelajaran selama 3 jam sebelum jam pelajaran standar dimulai. Jadi mekanismenya dengan menambah jam pelajaran sesuai dengan bidang masing-masing.[118]

---

[114] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[115] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[116] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[117] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[118] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

Sedangkan Ibu Nu Hamidah selaku wakil kepala humas menuturkan terkait mekanisme secara kehumasan:

> Mekanisme secara humas ya kami beserta tim humas. Untuk kegiatan yang lain kami melakukannya dengan seluruh guru. Untuk kegiatan bersama masyarakat kami melakukan kegiatan yatiman dan bekerjasama dengan waka yang lain.[119]

Dalam pelaksanaanya tentu melibatkan beberapa pelaku. Menurut bapak Agus Darmanto yang terlibat dalam proses pelaksanaan dalam membangun citra yaitu:

> Yang terlibat disini tentunya guru, waka humas, komite madrasah, dan tokoh masyarakat.[120]

Bapak Agus Darmanto juga menuturkan terkait strategi yang beliau digunakan untuk membangkitkan semangat dan tanggung jawab anggota dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan:

> Jadi dalam hal ini senantiasa melakukan evaluasi dan supervisi di lapangan kepada para guru.[121]

Dalam sebuah pelaksanaan tentu ada faktor pendukung dan penghambat. Karena dua hal ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Bapak Agus Darmanto mengatakan bahwa:

> Sesuatu yang normative tentunya dalam hal ini pendukung dan penghambat. Untuk menghambat meliputi terkait pendanaan pemenuhan fasilitas masih belum 100% terpenuhi karena untuk saat ini kita masih proses kesana tentunya terkait dengan keterbatasan dana di dalam pengembangan program ini. Sementara ini dana hanya bersumber dari komite nah ini hanya sebagian besar saja, karena kemampuan komite terbatas.[122]

PONOROGO

[119] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[120] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[121] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[122] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

Terkait hal-hal yang diperlukan dalam proses pelaksanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan bagak Agus Darmanto juga mengatakan bahwa:

> Hal-hal yang diperlukan ini yang terpenting adalah semangat dari para yang berkepentingan yaitu stakeholder yang ada selain semangat yaitu pendanaan, yang kedua adalah hubungan masyarakat atau kemitraan dengan masyarakat. Jadi ini sangat dibutuhkan, Karena semakin luas jaringan maka akan mempercepat proses pembangunan citra madrasah.[123]

Dalam sebuah lingkaran kegiatan tentu diperlukannya evaluasi. Dalam proses evaluasi dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan ini melibatkan beberapa tokoh. Menurut penuturan bapak Agus Darmanto:

> Yang terlibat dalam proses evaluasi yang pertama adalah kepala madrasah, wakil kurikulum, waka humas, dari stakeholder, komite dan tokoh masyarakat.[124]

Selain itu bapak Agus Darmanto juga mengatakan terkait kapan proses evaluasi ini dilakukan:

> Proses pelaksanaan evaluasi dilaksanakan satu tahun sekali dan mempertimbangkan hasil dari proses pembelajaran khususnya kelas binpres.[125]

PONOROGO

[123] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[124] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[125] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

Gambar 4.3 Teori Manajemen PR menurut Cutlip di MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan

Dalam proses evaluasi ini didukung dengan adanya dokumentasi evaluasi bulanan yang bertujuan menertibkan administrasi humas.[126] Tentunya dalam proses evaluasi ada beberapa faktor penghambat. Hal ini sama seperti yang dikatakan bapak Agus Darmanto terkait penghambat dalam proses evaluasi:

> Beberapa yang menghambat kegiatan evaluasi ini antaranya belum bisa diungkapkan secara utuh kendala-kendala yang ada di dalam proses membangun citra. Evaluasi ini yang periodiknya lama. Barangkali kedepan bisa dilaksanakan satu semester. Untuk saat ini belum semua kelas binpres genap usianya satu tahun, khususnya kelas olahraga dan multimedia.[127]

Disamping ada penghambat tentu ada solusi-solusi yang ditawarkan dalam mengatasi sebuah permasalahan.

[126] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 07/D/09-I/2023.
[127] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

> Untuk solusi madrasah dalam mengatasi kendala ini kami mencoba memecahkan masalah yang berkaitan dengan evaluasi dengan merutinkan menjalin komunikasi dengan waka kurikulum dan koordinator dalam rangka mengatasi masalah yang sering terjadi sedini mungkin. Jadi tidak perlu menunggu sekian semester agar hal hal yang ada langsung kita ketahui dan kita selesaikan.[128]

Setiap lembaga pendidikan tentu memiliki goal atau finish dari sebuah program kerja. Menurut Bapak Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo mengatakan bahwa:

> Goal atau finish dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan dengan diminatinya MTsN 3 Ponorogo oleh masyarakat dan merupakan madrasah pilihan. Jadi kalo mungkin sebelumnya baru menjadi madrasah alternatif yang sekarang sudah menjadi madrasah pilihan. Kalo sudah terwujud itu yang memang itu yang saya inginkan, jadi untuk saat ini masih proses menuju itu.[129]

2. Civitas Akademika MTsN 3 Ponorogo Mengimplementasikan Strategi dalam Membangun Citra sebagai Madrasah Unggulan di Era Society 5.0.

Untuk mengetahui bagaimana civitas akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasikan strategi dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era revolusi Industri 5.0 ini maka peneliti melakukan pencarian data melalui wawancara,observasi, dan dokumentasi.

MTsN 3 Ponorogo merupakan salah satu madrasah yang mendukung penuh adanya perkembangan teknologi. Di era *society* 5.0 yang mana perkembangan teknologi ini sudah berkembang pesat mulai dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Hal tersebut tak luput dari banyaknyanya konsumen gadget khususnya di tingkat anak sekolah. Dengan adanya hal ini memudahkan informasi tersebarluaskan. Dengan mengikuti alur

[128] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[129] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

perkembangan zaman ini maka MTsN 3 Ponorogo menerapkan beberapa strategi untuk menarik minat konsumen pendidikan. Dalam hal ini didukung dengan adanya wawancara dengan ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas MTsN 3 Ponorogo:

> Jadi begini mbak, untuk strategi yang dilakukan humas MTsN 3 Ponorogo dalam menarik minat konsumen pendidikan yaitu dengan cara kita mengadakan kegiatan olimpiade tingkat SD/MI, selain itu kami mengikuti arus perkembangan zaman. Seperti halnya sekarang hampir semua anak-anak memiliki gadget sehingga kita juga harus mengikuti alurnya dengan cara meramaikan media sosial yang berisikan konten video baik di tiktok, instagram maupun di youtube. Selain itu kita juga selalu berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui beberapa kegiatan seperti santunan anak yatim, kegiatan idul adha bersama dengan masyarakat, dan pengajian.[130]

Hal tersebut diperkuat lagi oleh bapak Prakash selaku civitas akademika MTsN 3 Ponorogo:

> Saya selaku civitas akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasikan strategi tersebut melalui pembuatan twibbon, rutin men share terkait konten video atau link media sosial MTsN 3 Ponorogo baik ke siswa maupun di status Whatsapp pribadi. Ini merupakan salah satu strategi promosi juga mbak.[131]

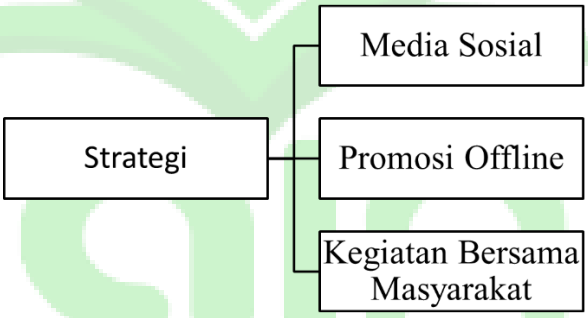
Dalam penerapan strategi ini peneliti melakukan observasi yaitu dengan cara mengamati beberapa media sosial seperti akun tiktok MTsN 3 Ponorogo, Instagram, dan channel Youtube MTsN 3 Ponorogo. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwasannya dalam penguploadan video konten MTsN 3 Ponorogo sudah baik dan rutin. Dalam pembuatan konten video MTsN 3 Ponorogo melibatkan para siswanya untuk berpartisipasi hal ini bertujuan untuk mengembangkan skill dan mental mereka di depan layar

[130] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[131] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 04/W/13-I/2023.

kamera.[132] Selain dengan observasi peneliti juga mendokumentasikan akun media sosial MTsN 3 Ponorogo.[133]

Wawancara selanjutnya bersama beberapa siswa MTsN 3 Ponorogo yang sering terlibat dalam pembuatan konten video. Dalam pembuatan konten video ini MTsN 3 Ponorogo melibatkan siswa berperan aktif dalam pembuatan konten karena siswa merupakan salah satu elemen penting yang berperan banyak dalam pengimplemengtasian dalam membangun citra. Selain itu banyak sekali pengalaman dan pelajaran yang mereka dapatkan.

> Kami membantu menshare atau membuat status di WA terkait konten yang dibagikan mbak, selain itu kami juga diikutsertakan dalam pembuatan konten video tersebut.Dari segi pengalaman tentunya banyak mbak. Dari pembuatan video ini saya dapat mengembangkan skill yang saya miliki, selain itu mental saya juga terasah. Banyak juga pelajaran yang saya dapatkan seperti cara *action* di depan kamera, public speaking di depan kamera yang mana di tonton banyak orang juga jadi ketika membawakan video ini sebisa mungkin harus baik karena membawa nama madrasah juga mbak.[134]



Gambar 4.4 Bagan Implementasi Strategi dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *society*

[132] Lihat Transkip Observasi Nomor: 03/O/14-1/2023.
[133] Lihat Transkip Dokumentasi Nomor: 09/D/09-I/2023.
[134] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 05/W/13-I/ 2023.

Dalam pengimplementasian strategi peneliti mengamati terkait proses pembuatan konten. Hal ini melibatkan para siswa. Dalam observasi tersebut memang terlihat alat yang digunakan seadanya akan tetapi dalam pengeditan hasil konten dimaksimalkan dengan melalui beberapa fitur.[135] Hal ini sesuai dengan penuturan dari Bapak Prakash dan selaku civitas akademika MTsN 3 Ponorogo sekaligus tim IT bidang humas terkait kendala dan kurangnya alat:

> Sejauh ini untuk kendala hanya pada kurangnya teknologi atau alat yang digunakan dalam pembuatan konten. Seperti kamera Dslr yang sudah lama sehingga nilai gambar yang diambil kurang maksimal, belum adanya lighting yang memadai. Selama pembuatan konten masih mengandalkan lighting alami yaitu pencahayaan secara langsung.[136]

Hal ini selaras dengan perkataan Ibu Nur Hamidah selaku waka humas bahwasannya ada beberapa kendala yang terjadi pada alat, sehingga hasil dari pembuatan video kurang maksimal :

> Kendala dalam pengimplementasian strategi ini lebih kepada alatnya mbak, karena ya saya pribadi sebagai generasi tertinggal tentunya kalah dengan anak-anak zaman sekarang, sehingga yang saya pribadi bisa lakukan berusaha belajar terus menerus bersama para tim IT humas untuk memaksimalkan pembuatan video tersebut.[137]

Dari beberapa kendala tentunya ada solusi-solusi yang dapat dilakukan. Solusi tersebut bertujuan guna melakukan perbaikan secara terus menerus hingga mendapatkan sebuah hasil yang baik dan tepat. Menurut hasil wawancara dari ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas menyatakan:

---

[135] Lihat Transkip Observasi Nomor: 04/O/14-1/2023.
[136] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 04/W/13-I/2023.
[137] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.

> Untuk solusi terkait kurangnya alat pembuatan video konten kami mengusahakan mengajukan permohonan dana kepada atasan mbak. Selain itu kebetulan di tahun ini sudah dibuka program kelas multimedia yang dimana kami mewadahi bagi siswa yang ingin mengembangkan bidang kemampuan di multimedia sehingga dengan adanya hal ini menyatakan bahwa MTsN 3 Ponorogo mendukung perkembangan teknologi di era revolusi Industri 5.0.[138]

Hal ini juga sesuai dengan penuturan bapak Prakash selaku tim IT humas MTsN 3 Ponorogo yang mengatakan bahwa :

> Kami selaku tim IT mengajukan permohonan dana kepada atasan untuk pemenuhan sarana dan prasarana di bidang IT seperti pembelian lighting, kamera Dslr dan beberapa alat lainnya. Karena selama ini untuk take video kadang kami masih menggunakan alat seadanya sehingga terkadang ada beberapa hasil video yang kurang baik.[139]

Selain itu untuk memperkuat terkait citra yang dibangun MTsN 3 Ponorogo ini ada beberapa pernyataan dari masyarakat terkait hal tersebut. Menurut Ibu Erna selaku masyarakat sekitar sekaligus konsumen pendidikan MTsN 3 Ponorogo beliau mengatakan bahwa:

> Menurut pandangan saya MTsN 3 Ponorogo dari tahun ke tahun sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dengan adanya pencapaian prestasi yang terus menerus diperoleh serta adanya program-program unggulan yang ditawarkan. Selain itu dalam pendidikan karakter MTsN 3 Ponorogo ini sangat mengedepankan ya mbak selain itu di MTsN 3 Ponorogo siswa harus mampu membaca Al-Qur'an dan khatam 30 Juz serta beberapa surat pilihan sebagai persyaratan kelulusan. Di tahun ini kebetulan MTsN 3 Ponorogo membuka kelas multimedia itu sangat bagus juga karena dengan adanya kelas multimedia ini MTsN 3 Ponorogo sudah mengikuti dan menerima perkembangan zaman yang serba canggih ini. Tujuan dari kelas tersebut juga untuk mengembangkan potensi siswa yang berminat di bidang IT.[140]

Dari pernyataan Ibu Erna ini didukung dengan adanya hasil wawancara dengan Ibu Suprihatin selaku masyarakat yang jarak rumahnya

[138] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 02/W/13-I/ 2023.
[139] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 04/W/13-I/2023.
[140] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 06/W/18-I/2023.

dengan MTsN 3 Ponorogo sangatlah jauh. Beliau memandang MTsN 3 Ponorogo ini sebagai sekolah favorit yang memiliki jumlah siswa tidak hanya berasal dari wilayah Kecamatan Babadan akan tetapi ada beberapa Kecamatan yang ada di Ponorogo.

> Kalo saya melihat MTsN 3 Ponorogo sekolah favorit yang mana dari segi kualitas lulusan ini sudah banyak yang berhasil ya mbak. Selain itu siswa yang bersekolah di MTsN 3 Ponorogo ini bukan hanya siswa yang berasal dari daerah setempat melainkan dari Lembeyan Magetan, Sukorejo, Danyang, Keniten dan beberapa Kecamatan yang ada di Ponorogo maupun Magetan. MTsN 3 Ponorogo ini selalu menerima perkembangan zaman contohnya syiar melalui media sosial dengan di uploadnya kegiatan-kegiatan di madrasah sehingga hal ini menampilkan kepada publik masyarakat bahwasanya di MTsN 3 Ponorogo ada banyak kegiatan. Kemarin pernah muncul di tiktok anak saya terkait video pendek seperti adab makan dan minum hal ini kan juga melatih siswa untuk berkreativitas dan mengembangkan skill mereka mbak, jadi MTsN 3 Ponorogo menurut saya lembaga pendidikan yang unggul dan berkembang mengikuti zaman. Karena MTsN 3 Ponorogo tahu kalo anak zaman sekarang sudah punya hp dan mainnya sama sosial media sehingga para guru memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.[141]

Dari paparan data terkait respon atau pandangan masyarakat terhadap MTsN 3 Ponorogo tersebut menyatakan bahwa citra yang dibangun sudah berdampak pada hal positif selain itu para masyarakat juga mendukung adanya keberadaan MTsN 3 Ponorogo sebagai lembaga madrasah favorit.

3. MTsN 3 Ponorogo Merespon Peluang dan Tantangan *Society* 5.0 dalam Mempertahankan Citra sebagai Madrasah Unggulan.

Untuk mengetahui terkait bagaimana MTsN 3 Ponorogo merespon peluang dan tantangan *society* 5.0 dalam mempertahankan citra sebagai

[141] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 07/W/26-I/2023.

madrasah unggulan peneliti melakukan pencarian data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Society 5.0 merupakan perkembangan revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan adanya perkembangan pada teknologi. *Society* 5.0 dalam lembaga pendidikan menekankan pada kreativitas dan keterampilan peserta didik dengan menerapkan *soft skill* dan *hard skill* dalam menggunakan teknologi yang semakin canggih. Dalam pengimplementasiannya di era *Society* MTsN 3 Ponorogo menerapkan 4C yaitu *Critical thinking, communication, creativity and innovation, collaboration*. MTsN 3 Ponorogo menyambut dan merespon perkembangan *society* 5.0 ini dengan membuka program kelas bina prestasi multimedia, mengimplementasikan dengan melalui pembuatan konten video dan menjalin komunikasi atau kemitraan dengan SMK PGRI 2 Ponorogo dalam bidang multimedia. Hal ini senada dengan hasil wawancara peneliti dengan bapak Agus Darmanto dan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah.

Peneliti melakukan wawancara bersama bapak Agus Darmanto selaku Kepala MTsN 3 Ponorogo terkait apa saja yang menjadi kekuatan MTsN 3 Ponorogo dan cara MTsN 3 Ponorogo mengetahui dan memperkuat kekuatan (*Strength*) dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan di era *society* 5.0

> Kekuatan kami adalah MTsN 3 Ponorogo ini berada di lokasi yang sangat strategis yaitu lintas jalur Kabupaten Magetan dan Madiun. Selain itu kami memiliki program kelas unggulan yaitu kelas bina prestasi dan kualitas lulus yang kebanyakan berprestasi. Cara kami mempertahankan kekuatan tersebut yaitu kami terus membangun

> dan menjalin komunikasi dua arah dengan komite madrasah, tokoh masyarakat, dan pemerintah.[142]

Menurut bapak Agus Darmanto kelas bina prestasi ini tidak semua lembaga memiliki program tersebut. Contohnya di sekitar lingkungan MTsN 3 Ponorogo ada beberapa lembaga memiliki kelas bina prestasi tetapi tidak dengan kelas bina prestasi multimedia dan olah raga. Selaras dengan hal ini Ibu Siti Rohmatul Mawaddah selaku waka Kurikulum menuturkan bahwa:

> Kekuatan kami berasal dari internal yang mana hal ini terkait adanya program baru kelas bina prestasi yaitu bidang multimedia dan olah raga. Bina prestasi multimedia ini sebagai bukti bahwa kami menerima perkembangan era *Society*. Selain itu kemarin dalam rapat bahwa bagian humas merencanakan adanya kolaborasi antara siswa dan guru dalam pembuatan konten video mbak, hal ini bertujuan untuk mengembangkan kreatifitas dan inovatif para siswa dan guru. karena hal ini merupakan salah satu dimensi yang tidak bisa kami tinggalkan di era *Society* ini. Disamping itu kami juga menjalin kemitraan dengan beberapa lembaga seperti SMK PGRI 2 Ponorogo khususnya pada bidang multimedia. Jadi hal ini yang menjadi kekuatan kami MTsN 3 Ponorogo dalam membangun citra khususnya sebagai madrasah unggulan di era *Society*.[143]

Selain itu beliau juga menuturkan terkait kelemahan internal MTsN 3 Ponorogo dan cara MTsN 3 Ponorogo dalam mengetahui kelemahan yang muncul dalam setiap kegiatan atau program kerja. Menurut bapak Agus Darmanto selaku Kepala MTsN 3 Ponorogo beliau mengatakan bahwa:

> Kelemahan yang ada saat ini yaitu belum adanya forum yang mewadahi para alumni dan masih kurangnya sarana dan prasarana yang ada di madrasah ini. Cara kami mengetahui kelemahan yang ada biasanya kami menganalisis hasil evaluasi yang ada, nah dari sana kita akan mengetahui kekurangan dan kelemahan yang ada untuk kita tindak lanjuti.[144]

Hal ini selaras dengan pernyataan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah bahwa:

---

[142] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.
[143] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 03/W/20-I/2023.
[144] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

> Kelemahannya untuk saat ini kami masih belum bisa mengkondisikan para alumni mbak. Padahal alumni merupakan elemen penting. Tetapi kami terus berusaha menjalin hubungan dengan para alumni. Jadi untuk forumnya kami belum ada. Sedangkan untuk fasilitas sarana prasarana kami sebisa mungkin mengusahakan yang terbaik untuk para siswa-siswa. Dan kami senantiasa melakukan evaluasi karena hal tersebut tidak boleh tidak dilakukan mbak karena sangat penting guna perbaikan kedepannya.[145]

Evaluasi merupakan suatu hal yang harus dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam proses perbaikan secara terus menerus. Selain itu dalam analisis SWOT suatu lembaga pendidikan juga muncul yang namanya peluang. Peluang ini bertujuan untuk mengetahui kesempatan atau peluang apa saja yang ada diluar sana. Menurut bapak Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo menuturkan bahwa:

> Untuk peluangnya kami membuka kelas bina prestasi yang mana tidak semua lembaga madrasah di sekitar MTsN 3 Ponorogo memiliki program tersebut. Langkah untuk mengetahui peluang tersebut dengan melihat apakah program ini berjalan atau tidak dan dari jumlah keminatan siswa setiap tahun yang masuk di MTsN 3 Ponorogo. Yang kedua dari volume jumlah siswa yang berprestasi baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Selain itu sudah banyak alumni yang sering merekomendasikan MTsN 3 Ponorogo ini kepada masyarakat sekitarnya dengan cara membantu *menshare* kegiatan yang ada di madrasah ini.[146]

Pernyataan dari bapak Agus Darmanto ini didukung dengan pernyataan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah bahwa:

> Cara kami mengetahui peluang dengan melalui analisis kebutuhan konsumen pendidikan mbak. Jadi kami melihat apa saja yang dibutuhkan konsumen pendidikan untuk masa yang akan datang. Contohnya saat ini di era Society saat ini yang dibutuhkan adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi sedangkan dalam hal ini siswa dituntut harus berpikir kritis, kreatif dan inovatif. Sehingga kami membuka program kelas bina prestasi olah raga dan

[145] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 03/W/20-I/2023.
[146] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

> multimedia sebagai branding MTsN 3 Ponorogo di tahun 2022. Meskipun kelas bina prestasi di beberapa madrasah sudah ada tetapi belum semua sekolah di sekitar MTsN 3 Ponorogo ini memiliki program kelas binpres olahraga dan multimedia. Syukur Alhamdulillah siswa-siswi kami sangat aktif dalam mengikuti kegiatan perlombaan sehingga setiap tahun kami memperoleh prestasi baik akademik maupun non akademik mbak. Hal ini merupakan upaya kami dalam mempertahankan citra madrasah unggulan yang sudah dibangun.[147]

Disamping adanya peluang tentu muncul yang namanya ancaman. Ancaman ini bisa berasal dari luar maupun dalam. Menurut penuturan dari Ibu Siti Rohmatul Mawaddah selaku waka kurikulum beliau mengatakan bahwa:

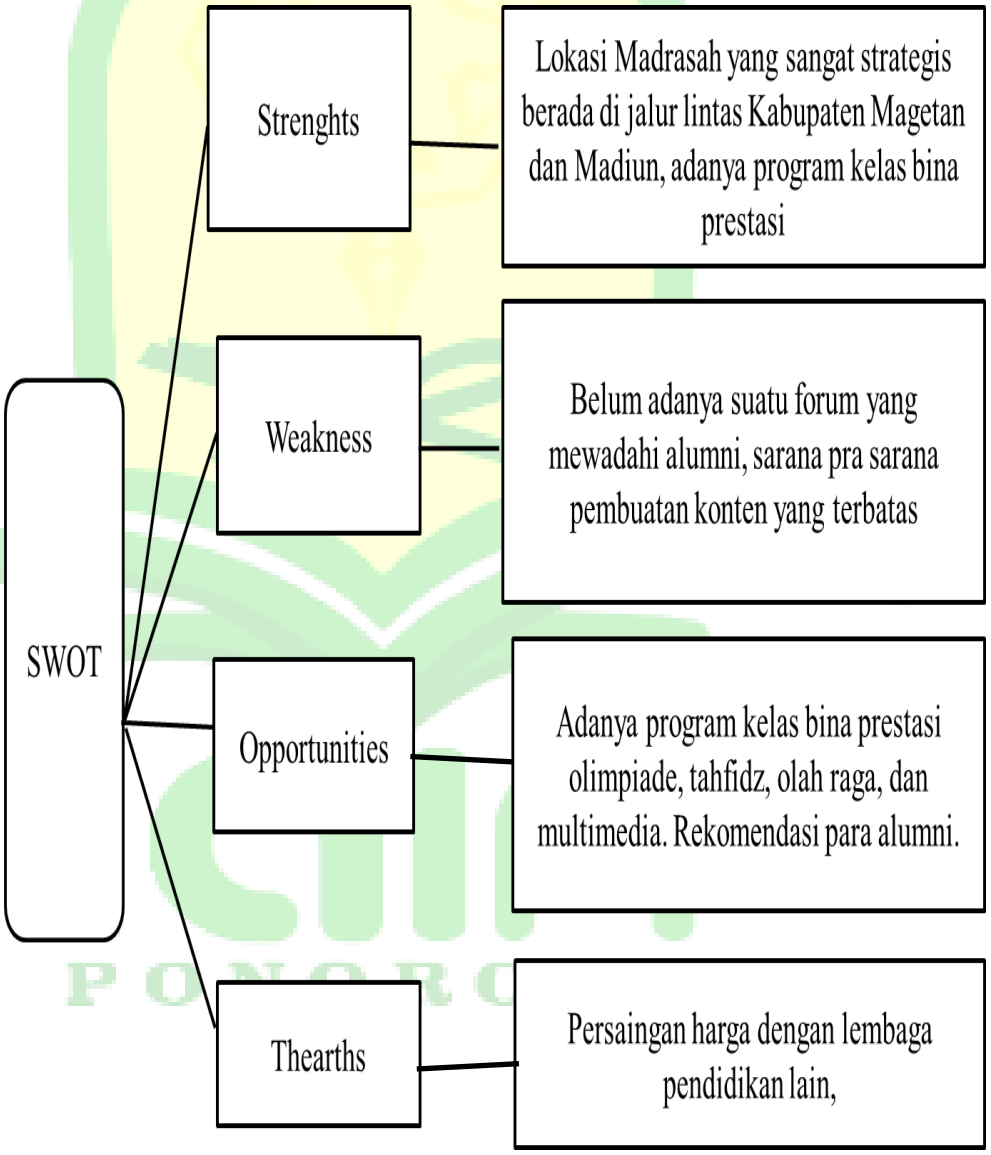
> Untuk ancaman ini berasal dari eksternal ya mbak karena untuk saat ini banyak lembaga pendidikan bersaing dalam hal harga. Di Kecamatan Babadan sendiri sudah banyak berdiri beberapa lembaga pendidikan Islam. Sehingga cara kami mengatasi ancaman tersebut dengan memberikan beasiswa atau bantuan kepada siswa yang benar-benar kurang mampu atau memiliki KIP, kepada siswa yatim piatu dan kepada siswa berprestasi. Tetapi hal ini diberikannya dengan tidak sembarangan. Ada beberapa prosedur yang tidak bisa kami ungkapkan terkait hal tersebut.

Dalam hal ini Bapak Agus Darmanto juga menuturkan terkait ancaman yang muncul di MTsN 3 Ponorogo. Hal ini sebagai penguat dari pernyata Ibu Siti Rohmatul Mawaddah:

> Ancaman ini berupa persaingan harga dengan lembaga pendidikan lain mbak. Nah Cara kami mengatasi ancaman dari luar terkait hal itu dengan kami memberikan bantuan beasiswa tidak mampu kepada para siswa yang memiliki KIP selain itu kami juga mempertahankan citra yang sudah terbentuk, yang kedua senantiasa membangun dan mengembangkan madrasah agar menjadi lebih baik jadi jangan sampai stagnan. Setiap tahun harus ntah dalam bentuk apapun kita harus membuat perubahan di madrasah walaupun tidak secara keseluruhan.[148]

[147] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 03/W/20-I/2023.
[148] Lihat Transkip Wawancara Nomor: 01/W/11-I/2023.

Dari penjelasan Bapak Agus Darmanto dan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah dapat kita ketahui bahwasanya ancaman merupakan suatu kegiatan yang membahayakan. Dalam usaha mempertahankan citra tentu akan muncul berbagai ancaman baik dari luar maupun dari dalam. Oleh karena itu bapak Agus Darmanto selaku kepala madrasah berusaha selalu membuat gebrakan baru setiap tahunnya dan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen pendidikan.



Gambar 4.5 Analisis SWOT MTsN 3 Ponorogo dalam mempertahankan citra

C. Pembahasan

1. Analisis Manajemen *Public Relations* Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society* 5.0.

Manajemen *Public Relation* adalah sebuah proses pengelolaan yang berkaitan dengan kehumasan. *Public relation* mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian. Humas berfungsi mengelola hubungan baik dengan masyarakat. Terdapat beberapa tahapan dalam manajemen *public relation* yaitu analisis riset, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian. Humas atau *public relations* merupakan suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkala dan berkesinambungan untuk menciptakan sebuah hubungan dengan instansi atau lembaga lainnya.

Public relations termasuk dalam fungsi manajemen yang digunakan untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas, rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi hal-hal yang berkaitan dengan hasil yang telah dicapai. Humas atau *public relations* merupakan sebuah seni berkomunikasi dengan public untuk membangun hubungan baik dan menghindari kesalah pahaman. Humas bertanggung jawab penuh dalam memberikan informasi, meyakinkan, mendidik, dan membangkitkan semangat.[149]

Dalam tahapan humas ada beberapa tahapan yang pertama perencanaan. Perencanaan diterapkan didalam sebuah lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan memiliki acuan awal untuk

[149] Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah,12*.

membangun, menuju dan melangkah ke lembaga yang diimpikan.[150]Perencanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan ini dilaksanakan untuk menetapkan target humas sekolah. Setiap departemen memiliki acuan program kerja masing-masing. Selain itu humas sekolah bekerjasama dengan wakil bidang kurikulum, kesiswaan, dan sarana prasarana dalam mencapai targetnya karena hal ini berkaitan dengan program unggulan masing-masing bidang. Perencanaan ini dimulai pada setiap awal tahun ajaran baru.

Menurut paparan data diatas tahapan awal perencanaan dimulai dengan membuat *branding* madrasah. Sesuai penuturan Bapak Agus Darmanto dan Ibu Siti Rahmatul Mawaddah bahwasannya *branding* dari MTsN 3 Ponorogo dengan membuka kelas-kelas program unggulan dan pembiasaan membaca Al-Qur'an. Sedangkan model perencanaan secara umum lebih kepada mewujudkan kelas bina prestasi sebagai *branding* utama dari madrasah ini. Menurut penuturan Ibu Nur Hamidah selaku wakil kepala bidang humas untuk model perencanaan secara kehumasan bidang humas membuat program kerja kehumasan dan memperlihatkan wajah madrasah melalui media sosial, selain itu media sosial ini bertujuan untuk media dakwah MTsN 3 Ponorogo dalam membawa perubahan serta membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *society* 5.0.

Dalam proses perencanaan ini melibatkan beberapa pihak seperti kepala tata usaha, komite madrasah, stakeholder madrasah, kepala

[150] Slamet Mulyadi, "*Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul*," TADBIR: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan, vol.2, no. 2 (Desember 2018): 122.

madrasah, tim pengembang madrasah, wakil kepala bidang humas, dan tokoh masyarakat. Dalam perencanaan tentu ada hal-hal target yang akan dicapai dalam membangun citra. Hal ini senada dengan penuturan bapak Agus Darmanto dan Ibu Nur Hamidah bahwasanya ada beberapa hal yang akan dicapai dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan ini yaitu menjadikan madrasah unggul dalam bidang akademik maupun non akademik dan menjadi madrasah eksis di dunia media sosial serta siap menerima perkembangan era digitalisasi atau *society* 5.0. dalam melakukan proses perencanaan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan membutuhkan waktu sekitar kurang lebih 1 bulan dengan melakukan beberapa kali rapat untuk mencapai hasil yang terbaik dan sepakat.

Menurut Cutlip dan Center dalam buku yang ditulis Abdurrahman Oemi menyatakan bahwa dalam proses *public relations* lebih mengacu pada proses manajerial. Pada proses kehumasan bagian perencanaan harus berdasarkan fakta dalam membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi permasalahan.[151] Menurut data dari Bapak Agus Darmanto dalam proses perencanaan membangun citra sebagai madrasah unggulan melalui beberapa tahapan yang pertama yaitu dengan membukanya kelas-kelas bina prestasi yang menjadi salah satu keunggulan program di MTsN 3 Ponorogo, kedua menjalin kerjasama dengan stakeholder dan guru yang berkompeten di bidangnya contohnya kelas bina prestasi olimpiade MTsN 3 Ponorogo

[151] Abdurrahman Oemi, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001),31.

menjalin kerjasama dengan BIMBEL Erlangga, selain itu ada kelas tahfidz yang bekerjasama dengan pondok pesantren yang ada disekitarnya.

Pelaksanaan merupakan salah satu bagian dari humas yang paling utama, karena pelaksana ini merupakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang yang ada dalam sebuah organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanakan adalah suatu usaha, metode, teknik yang dilakukan untuk mendorong para anggota organisasi mau bergerak dan melakukan secara maksimal untuk mencapai tujuan organisasi. Pelaksanaan juga disebut sebagai upaya yang dilakukan dalam menggerakan serta merangsang para anggota agar mau bertindak terhadap tugas dan kewajibannya dengan penuh tanggungjawab dan semangat.[152] Sesuai dengan paparan data dari bapak Agus Darmanto bahwa mekanisme proses pelaksanaan ini dengan menambah jam pelajaran pada kelas bina prestasi karena kelas ini merupakan program unggulan yang ditawarkan kepada konsumen pendidikan. Pada umumnya kelas reguler pelajaran sampai di jam ke-10 sedangkan untuk kelas bina prestasi olimpiade, tahfidz, olahraga, dan multimedia menambah jam khusus untuk pengembangan masing-masing bidang.

Dalam proses pelaksanaan membangun citra sebagai madrasah unggulan ini ada beberapa elemen tenaga yang terlibat mulai dari guru, wakil kepala bidang humas, komite, stakeholder, dan tokoh masyarakat.

[152] Diky Hidayat, "*Manajemen Humas dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Sekolah dengan Masyakarat di SMP Nahdatul Ulama Medan*," Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, no. 1(Juni 2017),48.

Disamping adanya pelaksanaan tetu adanya strategi yang dilakukan untuk membangkitkan semangat dan tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban dalam emmabngun citra sebagai madrasah unggulan hal ini sesuai dengan yang dikatakan bapak Agus Darmanto terkait adanya kegiatan rutinan evaluasi dan supervisi hal ini bertujuan untuk mengetahui kendala dan permasalahan pada saat proses pelaksanaan. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan ini tercapai sesuai target yaitu semangat para stakeholder dan memperluas jalinan kerjasama dengan kemitraan dan masyarakat. Karena yang menjadi konsumen pendidikan adalah masyarakat jadi sebaik mungkin pihak MTsN 3 Ponorogo menjalin hubungan yang baik.

Evaluasi merupakan suatu kegiatan pengukuran dari hasil yang dilaksanakan baik dilakukan secara sadar maupun sengaja. Kegiatan evaluasi ini harus dilakukan oleh suatu organisasi lembaga pendidikan. Karena evaluasi ini menutut munculnya suatu standar kegiatan humas. Untuk mengetahui keberhasilan suatu aktivitas maka diperlukannya suatu penilaian yang dilakukan oleh internal madrasah maupun eksternal madrasah. Penilaian ini dilakukan oleh kepala madrasah, humas, komite, stakeholder, dan tokoh masyarakat yang terlibat di dalam penyusunan kegiatan kehumasan. Evaluasi dikatakan penting karena dapat memberikan masukan kepada lembaga pendidikan

khususnya humas dalam memberikan pelayanan pada saat kegiatan.[153] Hal ini sejalan dengan penuturan bapak Agus Darmanto dan Ibu Nur Hamidah terkait adanya kegiatan rutinan evaluasi. Untuk evaluasi bidang humas dilakukan secara rutin sedangkan untuk evaluasi yang melibatkan steakholder, komite madrasah, dan tokoh masyarakat dilakukan setiap 1 tahun sekali dengan melihat hasil dari kelas program unggulan dan kegiatan tahunan bersama masyarakat. Karena di MTsN 3 Ponorogo ada kegiatan pengajian yang melibatkan masyarakat sekitar. Proses evaluasi ini menghasilkan keputusan terkait adanya pengembangan pada program kelas bina prestasi dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah.

Selama kegiatan baik mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga proses evaluasi pasti ada yang namanya faktor penghambat hal ini terjadi dari dalam lembaga madrasah maupun dari luar. Dari beberapa kendala tentu ditawarkan solusi-solusi yang dapat mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan cara menjalin komunikasi secara intensif dengan para bidang departemen karena bidang departemen ini merupakan pokok yang mengatur seluruh kegiatan yang ada di lembaga pendidikan. Dalam circle perencanaan tentu ada hasil akhir yang akan dicapai. Menurut penuturan bapak Agus Darmanto *goal* dari kegiatan ini adalah menjadikan MTsN 3 Ponorogo ini sebagai madrasah pilihan.

[153] Imaniar Maspaitella, Mariam Sondakh, dan Eva A. Marentek, "*Evaluasi Kinerja Humas Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupatan Raja Ampat)*," *e-journal " Acta Diurna"* V, no. 3 (2016).

Berdasarkan teori yang dipakai oleh peneliti dan temuan dari data penelitian MTsN 3 Ponorogo terkait Manajemen *Public Relation* dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan, sudah bisa dikatakan mengacu pada teori yang ada. Mulai dari tahapan analisis riset atau analisis kebutuhan MTsN 3 Ponorogo sudah mampu membuat sebuah perencanaan yang baik. Meskipun demikian masih ada beberapa hal yang harus terus diperluas dan dikembangkan yaitu pada program-program unggulan serta kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan skill siswa dalam bidang ekstrakurikuler. Dalam proses pelaksanaan mewujudkan citra sebagai madrasah unggulan sudah terlaksana dengan baik dan sesuai prosedur. Hal ini terbukti adanya jalinan hubungan kemitraan dengan beberapa lembaga seperti pondok pesantren dan bimbingan belajar Erlangga. Selain itu program unggulan yang ditawarkan kepada konsumen pendidikan sudah sangat beragam hal ini merupakan nilai plus MTsN 3 Ponorogo dalam mewujudkan citra sebagai madrasah unggulan. Disamping hal itu membuktikan bahwa MTsN 3 Ponorogo siap mengikuti alur perkembangan era *society* melalui dibukanya kelas bina prestasi multimedia. Dengan adanya kelas multimedia ini diharapkan dapat mengembangkan bidang keilmuan pada IT. Hal tersebut diharapkan berkembang memunculkan kebaruan program-program unggulan dalam mempersiapkan perkembangan keilmuan di masa yang akan mendatang. Menurut Vitra Yuniarti kegiatan evaluasi ini akan dijadikan sebagai bahan acuan program selanjutnya untuk menjadi lebih baik dan melanjutkan program yang

sudah ada ataupun program baru yang akan dilaksanakan oleh periode selanjutnya.[154] Hal ini sesuai dengan hasil data di atas yang menyatakan bahwa adanya kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh bidang humas sesering mungkin. Selain itu proses evaluasi ini dilakukan ketika muncul permasalahan sedini mungkin. Dari proses evaluasi ini akan menghasilkan sebuah hasil atau perbaikan secara berkala.

2. Analisis Civitas Akademika Mengimplementasikan Strategi Dalam Membangun Citra Sebagai Madrasah Unggulan di Era *Society* 5.0

Strategi pertama kali digunakan dalam dunia militer dan dibawa masuk ke dalam dunia bisnis pada tahun 70an. Strategi diartikan sebagai suatu bentuk atau upaya dari rencana untuk mencapai target. Strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu organisasi atau lembaga terkait rumusan dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan. Strategi adalah sekumpulan perencanaan dan penerapan serat tindakan dalam mengalokasikan sumberdaya dalam mencapai tujuan dan sasaran dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, dan sinergis yang ideal dari individu atau organisasi.[155]Menurut Rachmat strategi merupakan sekumpulan tindakan yang mengantarkan pada nilai kemenarikan untuk menghasilkan sesuatu yang memuaskan.[156] Hal ini senada dengan penuturan Ibu Nur Hamidah selaku kepala wakil bidang humas terkait strategi yang digunakan

[154] Vitri Yuniarti, "*Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyakarat di MAN Malang I," Sinteks Jurnal Teknik* 1 (2016): 10–11.

[155] Mashuri dan Dewi Nurjannah, "*Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT.Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru),*" *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 1 (April 2020): 100.

[156] Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV: Pustaka Setia, 2014).

dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan di era *Society* yaitu dengan melakukan promosi *offline* atau olimpiade tingkat SD/MI, mengadakan kegiatan bersama masyarakat seperti santunan yatim piatu dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah untuk menarik minat konsumen pendidikan. Selain itu di zaman ini sudah memasuki era *Society* yang mana teknologi sudah berkembang dengan pesat.

Era *Society* adalah era dimana semua teknologi menjadi bagian dari manusia. Internet bukan hanya sekedar untuk berbagai informasi melainkan untuk menjalankan kehidupan. Di era *Society* masyarakat lebih diarahkan untuk bertipikal cerdas, kritis, serta berliterasi tinggi dalam menjalankan dimensi kehidupan. Dalam era *Society* 5.0 nilai baru yang diciptakan melalui perkembangan kemajuan teknologi dapat meminimalisir adanya kemajuan teknologi pada manusia dan masalah ekonomi. Perkembangan teknologi menjadi kunci untuk merealisasikan konsep *Society* 5.0.[157] Dalam hal ini MTsN 3 Ponorogo menggunakan teknologi sebagai penunjang dalam kegiatan pembelajaran. Selain itu civitas akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasi strategi dengan menyebarkan konten video yang dibuat oleh bidang humas dan menjalin kemitraan dengan lembaga SMK PGRI 2 Ponorogo. Strategi pemanfaatan media sosial ini tidak hanya di Instagram dan Youtube akan tetapi di media sosial Tiktok. Hal ini muncul ketika MTsN 3 Ponorogo memperoleh juara 3 film pendek tingkat nasional. Dari sinilah berkembang pembuatan konten video yang setiap bulan minimal

[157] Suherman et al., *Industry 4.0 vs. Society 5.0* (Banyumas, Jawa Tengah: Cv. Pena Persada, 2020),25.

harus mempunyai video atau bahan yang akan di *upload.* Dalam pembuatan video ini MTsN 3 Ponorogo melibatkan siswa hal ini bertujuan untuk melatih mental siswa dan mengembangkan bakat siswa dalam dunia perfilman. Hal ini disepakati oleh beberapa siswa yang terlibat di kegiatan tersebut. Mereka mendapatkan berbagai ilmu yang belum tentu mereka dapatkan di dalam kelas. Selain itu mereka lebih terlatih berakting di depan khalayak umum. Dalam menyongsong era Society ini MTsN 3 Ponorogo berencana melibatkan guru dalam pembuatan video sehingga akan muncul kolaborasi konten antara guru dan siswa. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan kreatifitas dan inovatif guru.

Dalam pelaksanaan strategi tentu ada suatu kendala. Kendala ini berasal dari kurang memadainya alat-alat yang digunakan untuk *take* video. Menurut bapak Prakash selaku tim IT bidang humas, beliau menuturkan bahwa untuk pengambilan video masih menggunakan alat seadanya dan terkadang menggunakan alat pribadi. Untuk solusi yang ditawarkan sementara ini pengajuan dana kepada madrasah terkait pemenuhan fasilitas alat. Akan tetapi sejauh ini dalam pengimplementasian strategi ini sudah baik pasalnya setiap ada video terbaru di *share* kepada seluruh tenaga pendidik dan kependidikan serta para siswa. Jadi cara dakwah dan promosi yang dilakukan untuk membangun citra salah satunya melalui media sosial. Selain itu strategi yang dilakukan civitas akademika MTsN 3 Ponorogo yaitu dengan membuat kegiatan yang melibatkan masyarakat seperti istighosah dan

santunan anak yatim piatu. Hal ini bertujuan untuk menjalin ukhuwah dengan masyarakat sekitar.

Dari keberhasilan strategi pengimplementasian ini diperkuat lagi adanya pandangan masyarakat terhadap MTsN 3 Ponorogo yang bisa dikatakan sudah memiliki citra yang baik dan unggul serta yang dulunya hanya sekolah alternatif sekarang sudah diminati para konsumen pendidikan bahkan sudah menjadi madrasah favorit di wilayah sekitar dan kabupaten tetangga. Sehingga hal ini juga berdampak pada kenaikan jumlah konsumen pendidikan.

3. Analisis MTsN 3 Ponorogo merespon peluang dan tantangan *society* 5.0 dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan di era *society* 5.0

Manajemen strategik adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan untuk mencapai tujuannya. Selain itu manajemen strategik diartikan sebagai sebuah seni ilmu yang berkaitan dengan pembuatan (*formulating*), Implementasi (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) macam-macam keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Dalam manajemen strategik terdapat analisis SWOT. Analisis SWOT ini digunakan untuk mengevaluasi perencanaan strategis untuk mencapai suatu tujuan atau target. Dalam analisis SWOT terdapat empat faktor yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*). Analisis SWOT merupakan upaya untuk mengetahui kekuatan, kelemahan,

peluang, dan acmanan yang menentukan kinerja suatu organisasi atau lembaga. Sedangkan menurut Masyhur dan Dewi Nurjannah SWOT digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kesempatan eksternal dan tantangan yang akan dihadapi.[158] Kekuatan (*Strengths*) adalah kondisi positif yang memberikan keuntungan. Kekuatan ini biasanya berupa kemampuan yang spesifik, SDM yang memadai, citra organisasi, dan kepemimpinan yang cakap. Faktor kekuatan ini berasal dari dalam organisasi atau lembaga. Dalam sebuah lembaga pendidikan harus memiliki kompetensi khusus hal ini dikarenakan lembaga pendidikan memiliki sumber keterampilan dan produk andalan yang membuatnya mampu bersaing lebih unggul dari yang lainnya serta dapat memuaskan pelanggan atau konsumen pendidikan. Kelemahan (*Weakness*) merupakan keterbatasan dan kekurangan dalam berbagai hal yang dapat menghambat kinerja suatu organisasi atau lembaga pendidikan. Berbagai kekurangan ini dapat dilihat dari adanya kekurangan pada sarana dan prasarana yang kurang memadai misalnya. Peluang (*Opportunity*) ini bisa diartikan sebagai situasi lingkungan yang menguntukan bagi sebuah lembaga pendidikan.[159] Contohnya di MTsN 3 Ponorogo dalam mengetahui peluang dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan di era *Society* dengan melihat dari jumlah

[158] Mashuri dan Dewi Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT.Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 1 (April 2020.): 99.

[159] Ibnu Rochman, "Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta)," *Al Iman: Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan* 3, no. 1 (2019): 40.

minat konsumen pendidikan setiap tahunnya. Selain itu juga melihat volume jumlah siswa yang berprestasi sehingga hal tersebut merupakan sebuah peluang besar bagi MTsN 3 Ponorogo. Ancaman (*Threats*) bisa dikatakan sebagai pengganggu. Ancaman ini muncul bisa dari luar lingkungan atau organisasi.

Menurut hasil paparan data yang sudah didapat oleh peneliti terkait penerapan analisis SWOT ini sudah sesuai dengan teori, hal ini dinyatakan dengan pernyataan bapak Agus Darmanto selaku kepala MTsN 3 Ponorogo dan Ibu Siti Rohmatul Mawaddah terkait apa saja yang menjadi kekuatan MTsN 3 Ponorogo antara lain lokasi madrasah yang sangat strategis yaitu di lintas jalur Ponorogo-Magetan-Madiun serta dengan melalui program kelas bina prestasi olimpiade, tahfidz, olah raga, dan multimedia. Dibukanya program kelas bina prestasi sebagai upaya menyongsong era *society* yang dimana dalam pengimplementasiannya dibutuhkan yang namanya kreatifitas dalam pembuatan bahan konten, dalam pembuatan konten ini rencana juga akan melibatkan para guru sehingga dalam hal ini siswa dan guru berkolaborasi dalam hal mengembangkan kreativitas dan inovasi yang mereka miliki. Selain itu MtsN 3 Ponorogo menjalin kemitraan dengan SMK PGRI 2 Ponorogo dalam bidang multimedia. Bentuk kolaborasi ini berupa pelatihan kepada para siswa kelas multimedia dan pembuatan konten video film pendek. Kemudian cara mengetahui kekuatan tersebut yaitu dengan terus membangun hubungan komunikasi dua arah dengan masyarakat sekitar, komite, pemerintah, dan para *stakeholder*.

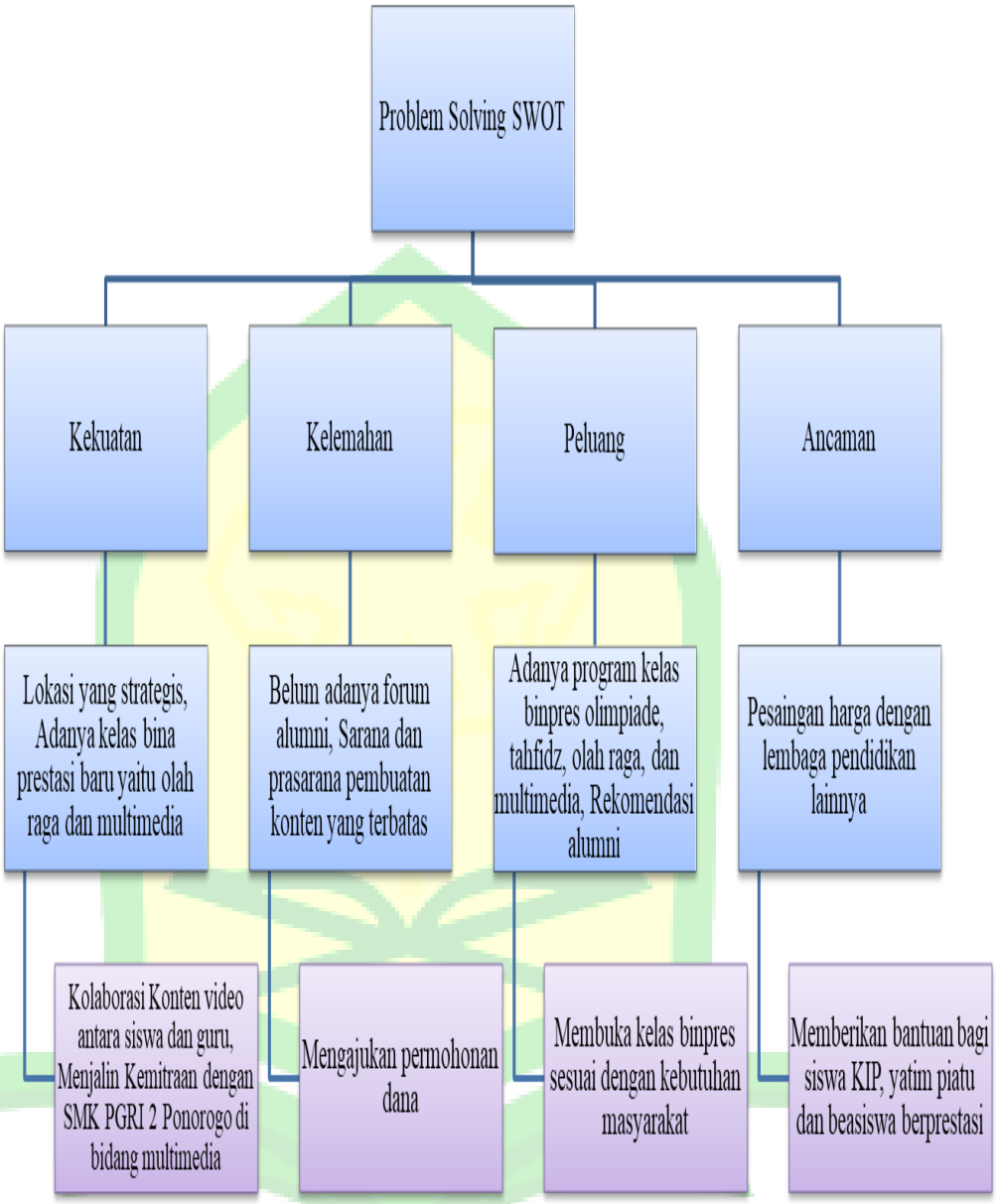
Disamping ada kekuatan tentu muncul yang namanya kelemahan baik dari internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil observasi kelemahan ini berupa belum adanya wadah atau forum yang mewadahi para alumni sehingga keberadaan alumni ini masih kurang diketahui. Selain itu kelemahan secara internal yaitu kurang memadainya sarana dan prasarana yang ada khususnya dalam pembuatan video atau bahan promosi. Cara MTsN 3 Ponorogo mengetahui kelemahan dan berusaha mengurangi akibatnya dalam mempertahankan citra sebagai madrasah di era *Society* 5.0 yaitu dengan merutinkan kegiatan evaluasi pada setiap kegiatan, menjalin kolaborasi dengan kelas multimedia SMK PGRI 2 Ponorogo, dan mengajukan permohonan dana kepada komite sebagai pemenuhan sarana dan prasarana. Karena dari evaluasi ini dapat diketahui apa saja kelemahan dan segera ditindak lanjuti permasalahan yang muncul tersebut, terkait kurangnya fasilitas yang ada masih sedang diproses permohonan dana.

Sedangkan untuk potensi atau peluang yang dimiliki MTsN 3 Ponorogo saat ini adalah program kelas bina prestasi khususnya olahraga dan multimedia yang dimana tidak semua lembaga pendidikan memiliki program kelas tersebut, sehingga hal ini merupakan salah satu peluang MTsN 3 Ponorogo. Selain itu adanya rekomendasi dari alumni. Meskipun forum alumni belum ada akan tetapi atas kesadaran alumni banyak dari merek yang merekomendasikan MTsN 3 Ponorogo pada masyarakat sekitarnya. Cara MTsN 3 Ponorogo mengetahui potensi dengan menganalisis kebutuhan masyarakat khususnya di era *Society*

ini seperti halnya pendidikan di bidang teknologi. Biasanya hal ini adanya di SMA atau SMK akan tetapi MTsN 3 Ponorogo sedini mungkin mempersiapkan hal tersebut agar peserta didik terbentuk atau memiliki keahlian di bidangnya sejak dia duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama. Selain itu MTsN 3 Ponorogo melihat dari jumlah siswa yang masuk setiap tahunnya. Karena hal ini merupakan salah satu hal yang nampak dari perkembangan konsumen pendidikan. Selain itu dengan adanya pertambahan jumlah siswa juga mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap citra MTsN 3 Ponorogo. Disamping itu dari perolehan prestasi yang didapatkan oleh para siswa juga berdampak pada kenaikan nilai citra MTsN 3 Ponorogo. Ancaman bisa dari luar maupun dari dalam. Ancaman MTsN 3 Ponorogo ini berasal dari luar yaitu persaingan harga dengan lembaga pendidikan lain. Akan tetapi MTsN 3 Ponorogo sudah mempersiapkan beasiswa bagi siswa yang memiliki KIP, yatim piatu, dan berprestasi.

Berdasarkan teori dari analisis SWOT terkait ancaman masih kurang mempersiapkan karena ancaman tidak hanya berasal dari luar saja akan tetapi dari dalam juga bisa muncul. Oleh karena itu diharapkan MTsN 3 Ponorogo lebih memperhatikan terhadap ancaman-ancaman dari dalam dan luar atau pesaing pendidikan.

PONOROGO



Gambar 4.6 Bagan Problem Solving SWOT dalam mempertahankan citra MTsN 3 Ponorogo sebagai madrasah unggulan di era *Society*

PONOROGO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Manajemen *Public Relation* dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan dimulai dari tahapan perencanaan kemudian dilanjut dengan pelaksanaan dan terakhir yaitu pengevaluasian. Ketiga tahapan ini sangat berkaitan. Pada tahapan perencanaan dilakukannya pemrograman program kerja humas dan membranding visi, misi, dan tujuan MTsN 3 Ponorogo yaitu dengan membukanya kelas bina prestasi sebagai program unggulan. Kemudian tahapan pelaksanaan ini merupakan sebuah kegiatan tindak lanjut dari proses perencanaan. Dalam pelaksanaan ini mekanisme pembukaan kelas bina prestasi yaitu dengan menambah jam pelajaran sebelum jam pelajaran standar dimulai yaitu setelah jam pertama pembiasaan. Pada jam pelajaran tambahan ini diisi dengan materi sesuai bidang masing-masing kelas. Dalam kelas bina prestasi olimpiade diisi dengan materi olimpiade MIPA, kelas tahfidz diisi dengan setoran hafalan, kelas olahraga yaitu pemberian materi olahraga sesuai minat siswa, dan kelas multimedia diisi dengan materi yang mencakup basis teknologi dan informasi. Sedangkan dalam pelaksanaan evaluasi dilakukan secara rutin berkala panjang yaitu 1 tahun dan evaluasi harian dan oleh bidang humas sendiri. Akan tetapi evaluasi juga dilakukan ketika sedang menemukan permasalahan dan dipecahkan sedini mungkin.

2. Civitas Akademika MTsN 3 Ponorogo mengimplementasi strategi melalui promosi secara *offline* atau kunjungan, mengadakan kegiatan bersama masyarakat seperti santunan yatim piatu dan pemanfaatan media sosial youtube, instagram, dan tiktok sebagai sarana syiar dan promosi kepada masyarakat. Dengan melalui media sosial ini MTsN 3 Ponorogo siap menerima perkembangan era *society* 5.0. selain itu tujuan dari pemanfaatan media sosia ini untuk melatih mental dan mengembangkan skill baik siswa maupun guru.
3. MTsN 3 Ponorogo merespon peluang dan tantangan revolusi society 5.0 dalam mempertahankan citra sebagai madrasah unggulan dengan tangan terbuka dan mengikuti perkembangan era *society* hal ini dibuktikan dengan adanya kelas bina prestasi multimedia yang mewadahi para siswa untuk mengembangkan kreativitas dan inovatif khususnya dalam keilmuan dibidang teknologi dan menjalin kemitraan dengan SMK PGRI 2 Ponorogo di bidang multimedia.

B. Saran

1. Bagi Lembaga MTsN 3 Ponorogo
   a. Pembuatan konten video diharapkan melibatkan para guru juga karena hal ini bisa meningkatkan citra madrasah.
   b. Melengkapi fasilitas dan sarana prasarana teknologi khususnya alat untuk pembuatan video agar hasil dari konten tersebut bisa bagus dan maksimal.
2. Bagi Guru MTsN 3 Ponorogo

Dalam membangun citra sebagai madrasah unggulan guru juga harus ikut serta berperan dan terlibat didalamnya. Dalam kegiatan promosi diharapkan guru kelas ikut berpartisipasi seperti memperkenalkan madrasah kepada lingkungan sekitar tempat tinggalnya.

3. Bagi Siswa MTsN 3 Ponorogo

Melalui pembuatan video ini diharapkan para siswa mampu mengembangkan skill yang dimiliki masing-masing dan selalu mau belajar melatih mental di depan umum. Hal ini berlaku bagi seluruh siswa MTsN 3 Ponorogo bukan hanya untuk kelas program bina prestasi.

PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrachman, Oemi. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.

Addahil, Muhammad Ilyas Junaidi. "Manajemen Public Relation Dalam Meningkatkan Public Interest Pada Lembaga Pendidikan Islam." *Indonesian Journal of Islamic Educational Management* 2, no. 2 (2019).

Adelina, Priscilla, dan Amrozi Khamidi. "Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Sekolah Unggulan Pada Tingkat Smp." *Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume* 10, no. 2 (2018).

Al-Qosbah. *Al-Qur'an*. Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021.

Amrullah, S. "Creative Teaching Strategies For The Digital Era." *Jurnal Administrastrasi Pendidikan* 28, no. 28 (2021).

Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.

Anggoro, M Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002.

Ayu, Prima, dan Rizqi Mahanani. *Kuliah Public Relations Pengantar & Praktik*. STAIN Kediri Press, 2015.

Ayudia, Anyelir Puspa. "Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo." *Journal of Office Administration: Education and Practice* 1, no. 2 (2021).

Badrudin. "DASAR - DASAR MANAJEMEN.pdf," 2015.

Bafadal, Ibrahim. *Manajemen Peningkatan Mutu*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Chotimah, Chusnul. "Strategi Humas Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam." *ISLAMICA* 7, no. 1 (2012).

Daft, Richard L. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

Fadjar, Malik. *Madrasah dan Tantangan Modernitas*. Bandung: Mizan Press, 2001.

Fatkhurahman, Hadiyati, dan Idel Waldelmi. "Strategy for Building a Positive Image Through the Publication of Scientific Works." *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 17, no. 2 (2022).

Fauzalia, Dian. "Strategi humas dalam membangun citra perguruan tinggi muhammadiyah." *Jurnal Perspektif – Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bal* 1, no. 4 (2022).

H Kara, O Anlar MY Ağargün. "Manajemen humas pada lembaga pendidikan." In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7:3–4. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2014.

"Hasil Wawancara dengan Ibu Nisa'.

Hasri. "MADRASAH SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM Oleh: Hasri." *Al- Khwarizmi* 2, no. 1 (2014).

Heri, Fadli Sandika, Fynka Apriliani, Gilang Ramadhan, dan Haya Adilah. "Revolusi Industri 5.0 Dalam Perspektif Ekologi Administrasi Desa." *Neo Politea* 2, no. 1 (2021): 40–41. https://doi.org/10.53675/neopolitea.v2i1.291.

Hidayat, Diky. "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Sekolah dengan Masyarakat di SMP Nahdlatul Ulama Medan." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, no. 1.

Huberman, Miles Mattew B.A, Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Quality Data Analysis A. Methods Sourcebooks Edition 3*. Singapore: SAGE Publication, 2014.

Indonesia, Presiden Republik. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 1990 Tentang Pendidikan Dasar," n.d. http://www.bphn.go.id/data/documents/90pp028.pdf.

Indrawan, Irjus. *Pengantar Manajemen Sarana dan Prasarana Madrasah*. Yogyakarta: Deepublish, 2012.

Isn. "Kepala Kankemenag Ponorogo Kunjungi MTsN 3." Kemenag Ponorogo, 2019. https://jatim.kemenag.go.id/berita/510693/kepala-kankemenag-ponorogo-kunjungi-mtsn-3.

Jauhari, Minan. *Membangun Kepercayaan Publik melalui media siber*. Kalimedia Jogjakarta, 2021.

Jefkins, Frank. *Public Relation*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Karimah, Ilmiah Nafhah. "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah dan Partisipasi Masyarakat di MAN 3 Malang." *Ulul Amri : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2022).

Kotler, Philip, dan Kevin Keller Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.

Kusumastuti, Frida. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2004.

M, Suardi. "Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan." *Kelola: Journal of Islamic Education Management* 2, no. 2 (2017).

Maimun, Agus, dan Agus Zaenul Fitri. *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.

———. *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.

Mashuri, dan Dewi Nurjannah. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT.Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 1.

Maspaitella, Imaniar, Mariam Sondakh, dan Eva A. Marentek. "Evaluasi Kinerja Humas Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupatan Raja Ampat)." *e-journal " Acta Diurna"* V, no. 3 (2016).

Nawacita.co. "Membangun Kualitas SDM di Era Revolusi Industri 4.0." Diakses 19 Februari 2023. https://nawacita.co/index.php/2019/08/06/membangun-kualitas-sdm-di-era-revolusi-industri-4-0/.

Mukarom, Zainal, dan Muhibudin Wijaya Laksana. *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Mulyadi, Slamet. "Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul." *TADBIR: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 2, no. 2 (2018).

Mulyasa, E. *Manajemen, Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Murni. "Konsep Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Intelektualita* 05, no. 01 (2017).

Nasution, Zulkarnin. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2006.

Nawawi, Hadari. *Manajemen Startegik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.

Nisa. "Mengenal Apa Itu Society 5.0 dan Contoh Penerapannya dalam Berbagai Bidang," 2022.

Nurahmi, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakrs Books, 2014.

Nurlia. "Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/Harapan Dengan Hasil Kerja)." *Meraja Journal* 2, no. 2 (2019).

Oemi, Abdurrahman. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.

Prasojo, lantip diat. "Buku Manajemen Strategik." In *UNY Press*, 53:5–6. Yogyakarta: UNY Press, 2018.

Priandono, Fifin. "Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan." *At-Ta'lim : Media Informasi Pendidikan Islam* 18, no. 2 (2019).

Qadir, Muhammad Fadhil Abdul. "Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah terhadap Minat Siswa memilih Jenis Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran di SMK Negeri Semarang." Skripsi UNNES Semarang, 2020.

Qomar, Mujammil. *Manajemen Pendidikan Islam*. Jakarta: Erlangga, 2007.

Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV: Pustaka Setia, 2014.

Rahim, Abd Rahman, dan Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.

Rahmad Abdul. *Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.

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

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Rochman, Ibnu. "Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta)." *Al Iman: Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan* 3, no. 1. 2019.

Rodhman, Abd. *Dasar-Dasar Manajemen*. Intelegensia Media, 2017.

Ruslan, Rosady. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.

———. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

Sabri, Indar. "Peran Pendidikan Seni Di Era Society 5 . 0 untuk Revolusi Industri 4.0." *Seminar Nasional Pascasarjana 2019* 2, no. 1 (2019.

Sagala, Syaiful. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Salusu, J. *Pengambilan Keputusan Startegik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo, 2008.

Samsu. *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methodes Researcg & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017.

Sandyakala, Mutiara Cendekia. "Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020).

Sarpendi, Andi Warisno. "MEMBANGUN CITRA MADRASAH MELALUI MANAJEMEN STARTEGIS HUBUNGAN MASYARAKAT." *Mubtadiin* Vol. 8, No, no. 8 (2022).

Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2016.

Sholihin, Ismail. *Manajemen Startegik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012.

Siagang, Sondang P. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.

Sidiq, Umar, dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.

Sidiq, Umar, dan Hosaini. *Kepemimpinan Pendidikan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2019.

Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Perubahan*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Soemirat, Soleh, dan Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

Stephen, dan Coulter. *Manajemen*. jakrta: Erlangga, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Suherman, Musnaini, Hadion Wijoyo, dan Irjus Indrawan. *Industry 4.0 vs. Society 5.0*. Banyumas, Jawa Tengah: Cv. Pena Persada, 2020.

Sujana, I Wayan Cong. "Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia." *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar* 4, no. 1 (2019).

Sulastri, Lilis. *MANAJEMEN, Sebuah Pengantar*. *Alqalam*. La Goods Publishing, 2014.

Suryanto. *Public Relation*. Yogyakarta: Andipublisher, 2016.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

Syahrum, Salim dan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Taufiqurokman. *Manajemen Strategik. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2016.

Tunggal, Amin Widjaja. *Intisari Manajemen Strategik*. Jakarta: Harvarindo, 2009.

Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Yuniarti, Vitri. "Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyakarat di MAN Malang I." *Sinteks Jurnal Teknik* 1 (2016).

Zahroh, Luluk Atirotu. "Public Relations Management in Building School Image: A Case Study." *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2022).

Zayadi, Ahmad. *Desain Pengembangan Madrasah*. Jakarta: Dirjen Kelembagaan Pendidikan Islam Depag, 2005.

Zuhdi, A. "MADRASAH SEBAGAI TIPOLOGI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (KAJIAN TENTANG BERBAGAI MODEL MADRASAH UNGGULAN) A. Zuhdi Dosen Tetap Jurusan PAI Fakultas Tarbiyah UIN Maliki Malang." *Madrasah* 5, no. 1 (2012).