



STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DI MAN 1 BANDAR LAMPUNG

Dinilah Harifah

Universitas Islam An Nur Lampung

Email: dinilahharifah041424@gmail.com@an-nur.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam di MAN 1 Bandar Lampung. Citra positif lembaga pendidikan merupakan aset strategis yang menentukan kepercayaan publik dan keberlangsungan lembaga dalam jangka panjang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala madrasah, wakil kepala bidang humas, staf humas, guru, komite madrasah, dan perwakilan orang tua peserta didik, serta melalui observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MAN 1 Bandar Lampung menerapkan strategi manajemen humas yang komprehensif melalui empat pendekatan utama, yaitu: (1) strategi komunikasi publik yang efektif memanfaatkan media konvensional dan digital; (2) program keterlibatan pemangku kepentingan yang intensif dan terstruktur; (3) penguatan identitas dan keunggulan kelembagaan melalui prestasi akademik dan non-akademik; serta (4) manajemen krisis dan pemulihan citra yang responsif. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan model manajemen humas yang adaptif dan kontekstual untuk lembaga pendidikan Islam di era digital.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Citra Lembaga, Pendidikan Islam, MAN 1 Bandar Lampung, Komunikasi Publik

Abstract

This study aims to analyze public relations management strategies in improving the image of Islamic educational institutions at MAN 1 Bandar Lampung. A positive image of an educational institution is a strategic asset that determines public trust and the long-term sustainability of the institution. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with the madrasah principal, vice principal for public relations, public relations staff, teachers, madrasah committee, and representatives of students' parents, as well as through observation and documentation studies. The results show that MAN 1 Bandar Lampung implements a comprehensive public relations management strategy through four main approaches, namely: (1) effective public communication strategies utilizing conventional and digital media; (2) intensive and structured stakeholder engagement programs; (3) strengthening institutional identity and excellence through academic and non-academic achievements; and (4) responsive crisis management and image recovery. These findings contribute to the development of adaptive and contextual public relations management models for Islamic educational institutions in the digital era.

Keywords: Public Relations Management, Institutional Image, Islamic Education, MAN 1 Bandar Lampung, Public Communication

PENDAHULUAN

Persaingan antar lembaga pendidikan di Indonesia semakin ketat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya kualitas pendidikan bagi masa depan anak-anak mereka. Dalam kondisi demikian, citra lembaga pendidikan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keputusan orang tua dan peserta didik dalam memilih sekolah atau madrasah. Citra positif yang dibangun secara konsisten dan terencana akan menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru oleh lembaga pendidikan lain (Andriani & Setiyowati, 2022). Manajemen hubungan masyarakat atau humas menjadi instrumen utama dalam membangun, memelihara, dan memperkuat citra positif lembaga pendidikan di mata publik.

Humas dalam konteks lembaga pendidikan Islam memiliki dimensi yang lebih kompleks dibandingkan dengan lembaga pendidikan pada umumnya. Selain harus membangun citra kelembagaan yang profesional dan berkualitas, humas lembaga pendidikan Islam juga bertugas mengkomunikasikan nilai-nilai keislaman, visi moderasi beragama, dan keunggulan pendidikan karakter yang menjadi ciri khas lembaga. Hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga autentik dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh komunitas madrasah (Fatimah & Zuhairi, 2023).

MAN 1 Bandar Lampung sebagai Madrasah Aliyah Negeri tertua dan terbesar di Provinsi Lampung memiliki sejarah panjang dalam dunia pendidikan Islam di Lampung. Dengan pengalaman lebih dari empat dekade, madrasah ini telah membangun reputasi yang kuat sebagai lembaga pendidikan Islam unggulan yang menghasilkan alumni-alumni berkualitas. Namun demikian, di era digital yang sarat informasi dan kompetisi yang semakin ketat, MAN 1 Bandar Lampung tetap perlu memiliki strategi manajemen humas yang adaptif dan inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan citranya di mata masyarakat luas.

Beberapa penelitian telah mengkaji aspek manajemen humas di lembaga pendidikan Islam. Penelitian (Kurniawan & Puspita, 2022), menemukan bahwa penggunaan media sosial secara strategis dan konsisten berkontribusi signifikan terhadap peningkatan citra positif madrasah di kalangan generasi muda. Sementara itu, (Hidayati & Arifin, 2021), menunjukkan bahwa program keterlibatan orang tua dan masyarakat yang terstruktur meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan secara signifikan. (Rahayu & Sulistyorini, 2023) menemukan bahwa lembaga pendidikan yang memiliki unit humas yang terorganisir dengan baik mampu merespons isu-isu negatif secara lebih efektif dan cepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi dan menganalisis strategi manajemen humas yang diterapkan di MAN 1 Bandar Lampung; (2) mendeskripsikan program-program humas yang dilaksanakan dalam rangka meningkatkan citra madrasah; (3) menganalisis pemanfaatan media konvensional dan digital dalam strategi komunikasi humas; dan (4) mengidentifikasi faktor pendukung, penghambat, serta solusi dalam implementasi manajemen humas. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan strategi manajemen humas yang efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap secara mendalam dan komprehensif berbagai aspek strategi manajemen humas yang diterapkan di MAN 1 Bandar Lampung, termasuk proses, makna, dan dinamika yang melatarbelakanginya (Creswell & Poth, 2021). Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena yang bersifat kontekstual dan spesifik secara mendalam.

Penelitian dilakukan di MAN 1 Bandar Lampung yang berlokasi di Jalan Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa MAN 1 Bandar Lampung merupakan madrasah negeri terkemuka yang telah memiliki strategi humas yang relatif

terstruktur dan berhasil mempertahankan citranya sebagai madrasah unggulan di Lampung.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri atas: kepala madrasah (1 orang), wakil kepala madrasah bidang humas (1 orang), staf humas (2 orang), guru senior (3 orang), anggota komite madrasah (2 orang), dan perwakilan orang tua peserta didik (3 orang), sehingga total berjumlah 12 informan. Pemilihan informan didasarkan pada relevansi peran dan pengalaman mereka dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: wawancara mendalam dengan seluruh informan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur, observasi terhadap berbagai kegiatan humas madrasah, serta studi dokumentasi terhadap program kerja humas, laporan kegiatan, konten media sosial, materi publikasi, dan berbagai dokumen relevan lainnya. Analisis data dilakukan menggunakan model (Miles et al., 2014) yang mencakup tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking.

HASIL

1. Strategi Komunikasi Publik MAN 1 Bandar Lampung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MAN 1 Bandar Lampung menerapkan strategi komunikasi publik yang terintegrasi antara media konvensional dan digital. Pada tataran media konvensional, madrasah secara aktif menjalin hubungan dengan media massa lokal seperti surat kabar, televisi, dan radio untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan prestasi madrasah. Hubungan yang baik dengan wartawan dan media massa dikelola secara profesional oleh tim humas melalui press release yang dikirim secara berkala, undangan press conference untuk kegiatan-kegiatan penting, dan kunjungan ke redaksi media.

Di tataran media digital, MAN 1 Bandar Lampung telah mengembangkan ekosistem komunikasi digital yang komprehensif. Madrasah mengelola website resmi yang diperbarui secara rutin, akun media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, dan

TikTok) yang aktif dan terkelola dengan baik, serta grup WhatsApp untuk komunikasi internal dengan orang tua peserta didik. Data dokumentasi menunjukkan bahwa akun Instagram MAN 1 Bandar Lampung telah memiliki lebih dari 15.000 pengikut dengan tingkat engagement yang relatif tinggi dibandingkan madrasah-madrasah lain di Lampung (Fatimah & Zuhairi, 2023)

2. Program Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Penelitian menemukan bahwa MAN 1 Bandar Lampung memiliki berbagai program yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan dan partisipasi pemangku kepentingan. Program-program tersebut mencakup: pertemuan rutin orang tua-guru (paguyuban kelas) yang diadakan setiap semester, forum komunikasi komite madrasah yang diadakan setiap tiga bulan, open house madrasah yang diadakan setiap tahun untuk calon peserta didik baru, program kunjungan industri dan perguruan tinggi bagi peserta didik kelas XII, serta program alumni yang terorganisir dengan baik.

Keterlibatan masyarakat dan stakeholder eksternal juga dikelola melalui program-program kemitraan dengan berbagai institusi, meliputi: kerja sama dengan perguruan tinggi negeri dan swasta terkemuka untuk program kunjungan akademik dan beasiswa, kemitraan dengan dunia usaha dan industri untuk kegiatan magang dan donasi, serta kerja sama dengan lembaga pemerintah untuk berbagai program pemberdayaan. Menurut wakil kepala bidang humas, program-program kemitraan ini tidak hanya bermanfaat secara langsung bagi madrasah, tetapi juga memperkuat citra madrasah sebagai institusi yang terbuka, dinamis, dan berorientasi pada kemajuan.

3. Penguatan Identitas dan Keunggulan Kelembagaan

Salah satu strategi humas yang paling menonjol di MAN 1 Bandar Lampung adalah penguatan dan komunikasi keunggulan kelembagaan melalui berbagai pencapaian akademik dan non-akademik. Madrasah secara sistematis mendokumentasikan, mempublikasikan, dan mengkomunikasikan berbagai prestasi peserta didik dan guru dalam berbagai kompetisi dan ajang bergengsi di tingkat kabupaten/kota, provinsi, nasional, bahkan internasional.

Selain prestasi akademik, MAN 1 Bandar Lampung juga secara aktif mengkomunikasikan keunggulan pendidikan karakter Islami yang menjadi ciri khasnya. Program-program keagamaan seperti pesantren Ramadan, tahfidz Al-Qur'an, kajian kitab kuning, dan berbagai kegiatan sosial-keagamaan dikomunikasikan secara menarik melalui berbagai platform media. Strategi ini efektif dalam membangun persepsi publik bahwa MAN 1 Bandar Lampung adalah madrasah yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga kuat dalam pembentukan karakter dan spiritualitas peserta didik (Kurniawan & Puspita, 2022).

4. Manajemen Krisis dan Pemulihan Citra

Penelitian juga menemukan bahwa MAN 1 Bandar Lampung memiliki protokol manajemen krisis yang relatif terstruktur untuk menghadapi berbagai isu negatif yang dapat merusak citra madrasah. Tim humas bertindak sebagai garda terdepan dalam mengidentifikasi, merespons, dan mengelola berbagai isu tersebut secara cepat dan profesional. Prosedur standar yang diterapkan mencakup: identifikasi dan asesmen cepat terhadap isu yang berkembang, koordinasi internal untuk merumuskan respons resmi, komunikasi transparan kepada publik melalui berbagai saluran, serta pemantauan berkelanjutan terhadap perkembangan opini publik.

5. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung implementasi manajemen humas di MAN 1 Bandar Lampung mencakup: komitmen dan dukungan penuh dari kepala madrasah, tersedianya tim humas yang berdedikasi dan melek digital, tradisi prestasi yang panjang sebagai modal dasar pembentukan citra, serta jaringan alumni yang luas dan loyal. Sementara itu, faktor penghambat yang teridentifikasi meliputi: keterbatasan anggaran untuk kegiatan humas, belum optimalnya koordinasi antara unit humas dengan unit-unit lain di madrasah, serta masih terbatasnya kapasitas SDM humas dalam bidang desain grafis dan produksi konten digital yang berkualitas tinggi.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen humas yang diterapkan di MAN 1 Bandar Lampung mencerminkan pemahaman yang

komprehensif tentang kompleksitas pengelolaan citra lembaga pendidikan di era digital. Strategi yang dikembangkan tidak bersifat parsial, melainkan terintegrasi dan mencakup berbagai dimensi komunikasi publik, mulai dari media relations, stakeholder engagement, brand management, hingga crisis management. Hal ini sejalan dengan kerangka teori Public Relations Management yang dikemukakan oleh para ahli bahwa manajemen humas yang efektif harus bersifat strategis, terencana, dan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi jangka panjang (Andriani & Setiyowati, 2022).

Pemanfaatan media digital, khususnya media sosial, yang intensif dan terkelola dengan baik merupakan salah satu keunggulan strategi humas MAN 1 Bandar Lampung. Dalam era di mana generasi Z dan Alpha merupakan kelompok yang paling aktif di media sosial, kemampuan madrasah untuk hadir secara signifikan di platform-platform digital merupakan keunggulan kompetitif yang sangat penting. (Kurniawan & Puspita, 2022) menegaskan bahwa lembaga pendidikan yang mampu mengelola media sosial secara konsisten, kreatif, dan autentik akan mampu menjangkau dan mempengaruhi persepsi generasi muda secara lebih efektif.

Program keterlibatan pemangku kepentingan yang komprehensif yang diterapkan di MAN 1 Bandar Lampung mencerminkan pendekatan humas yang berorientasi pada hubungan jangka panjang (*relationship-based PR*), bukan sekadar pendekatan yang berorientasi pada publikasi sesaat. (Hidayati & Arifin, 2021) berargumen bahwa kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan dibangun melalui pengalaman positif yang konsisten dan berulang dari berbagai titik kontak (*touchpoints*) antara lembaga dengan berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Penguatan identitas kelembagaan melalui komunikasi prestasi dan keunggulan secara konsisten merupakan strategi yang sangat efektif dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan. Namun demikian, komunikasi prestasi yang efektif harus dilakukan dengan cara yang autentik, tidak berlebihan, dan mampu menyentuh nilai-nilai yang dianggap penting oleh target audiens. Dalam konteks MAN 1 Bandar Lampung, komunikasi tentang prestasi akademik dan keunggulan pendidikan karakter Islami menjadi dua narasi utama yang saling melengkapi dan memperkuat

citra madrasah sebagai institusi yang excellence in both dunya and akhirah (Rahayu & Sulistyorini, 2023)

Kapasitas manajemen krisis yang dimiliki oleh MAN 1 Bandar Lampung merupakan aset penting yang seringkali kurang mendapat perhatian dalam kajian manajemen humas lembaga pendidikan. Di era media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara viral dalam waktu yang sangat singkat, kemampuan merespons isu-isu negatif secara cepat dan profesional menjadi semakin krusial. (Fatimah & Zuhairi, 2023) menyatakan bahwa lembaga pendidikan yang tidak memiliki protokol manajemen krisis yang jelas akan sangat rentan terhadap kerusakan citra yang permanen akibat isu-isu negatif yang tidak tertangani dengan baik.

Dalam konteks pendidikan Islam, manajemen humas memiliki dimensi nilai yang tidak dapat diabaikan. Praktik humas yang dilakukan haruslah senantiasa berada dalam bingkai nilai-nilai Islam, termasuk kejujuran (shidiq), amanah, dan transparansi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Komunikasi humas yang berbasis nilai-nilai Islam ini tidak hanya menjamin akuntabilitas moral madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam, tetapi juga memperkuat autentisitas dan kepercayaan publik terhadap madrasah. (Rachman & Basuki, 2022) berpendapat bahwa humas berbasis nilai Islam sesungguhnya merupakan dakwah bil hal yang mengkomunikasikan keindahan Islam melalui contoh nyata perilaku organisasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, MAN 1 Bandar Lampung telah mengimplementasikan strategi manajemen humas yang komprehensif dan terintegrasi, yang mencakup strategi komunikasi publik multi-platform, program keterlibatan pemangku kepentingan, penguatan identitas kelembagaan, dan manajemen krisis. Keempat strategi ini bekerja secara sinergis dalam membangun dan mempertahankan citra positif madrasah.

Kedua, pemanfaatan media digital, khususnya media sosial, secara strategis dan konsisten telah menjadi salah satu pilar utama strategi komunikasi humas MAN 1 Bandar Lampung. Kehadiran aktif di berbagai platform digital memungkinkan madrasah untuk menjangkau berbagai kelompok pemangku kepentingan, terutama generasi muda dan calon peserta didik baru, secara lebih efektif.

Ketiga, faktor kepemimpinan kepala madrasah, kapasitas tim humas, tradisi prestasi kelembagaan, dan jaringan alumni yang kuat merupakan faktor-faktor pendukung utama keberhasilan manajemen humas di MAN 1 Bandar Lampung. Hambatan utama yang dihadapi terkait dengan keterbatasan anggaran dan SDM humas yang perlu terus ditingkatkan kapasitasnya.

Penelitian ini merekomendasikan agar madrasah-madrasah lain mengembangkan unit humas yang terstruktur dan profesional dengan dukungan SDM yang kompeten di bidang komunikasi dan teknologi digital. Pemerintah melalui Kementerian Agama juga perlu mengembangkan program pelatihan manajemen humas yang khusus dirancang untuk kebutuhan lembaga pendidikan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D., & Setiyowati, R. (2022). Strategi public relations lembaga pendidikan dalam membangun brand image di era persaingan global. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 6(1), 23–40. <https://doi.org/10.32585/jkp.v6i1.2134>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fatimah, S., & Zuhairi, A. (2023). Digital public relations strategies of Islamic educational institutions in building trust in the post-pandemic era. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 112–130. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i1.4312>
- Hidayati, N., & Arifin, Z. (2021). Manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap madrasah aliyah negeri. *Jurnal Pendidikan Islam*, 10(2), 147–165. <https://doi.org/10.14421/jpi.2021.102.147-165>
- Kurniawan, A., & Puspita, D. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai instrumen humas madrasah dalam membangun citra positif di era digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(1), 67–85. <https://doi.org/10.23917/jmp.v9i1.18234>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Rachman, A., & Basuki, M. (2022). Humas berbasis nilai Islam: Konsep dan implementasinya di lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*,

- 19(1), 78-96. <https://doi.org/10.14421/jpai.2022.191.78-96>
- Rahayu, P., & Sulistyorini, M. (2023). Manajemen krisis dan pemulihan citra lembaga pendidikan Islam pasca pemberitaan negatif di media sosial. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, 26(2), 201-219. <https://doi.org/10.19109/td.v26i2.16789>