

Manajemen Humas Dalam Membangun *Brand Image* Di Madrasah Aliyah Swasta (MAS) As'ad Olak Kemang Kota Jambi

M. Sholihin¹, Mukhtar Latif², Minnah El Widdah³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia
msholihin69@guru.sd.belajar.id

Abstract (English)

This research aims to get an overview of public relations management in building a good madrasa brand image in order to attract people to send their children to the As'ad Olak Kemang Private Madrasah Aliyah, Jambi City. This research is descriptive qualitative research, data collection was carried out using observation, interviews and documentation methods. Several efforts were made by public relations management to build the brand image of Madrasah Aliyah As'ad, first, by strengthening the uniqueness of the As'ad Olak Kemang Islamic Boarding School, Jambi city. Second, public relations management collaborates both internally and externally on campus. Public relations management collaborates with the Abdul Qodir Media Center to organize the lodge's agenda, public relations management is tasked with inviting people directly to the community while AQMC disseminates information or carries out promotions via the lodge's website. Lastly, the *getuk tular* method, which means delivery by word of mouth, is also one of the efforts made by the As'ad Olak Kemang Islamic Boarding School in Jambi City to attract public interest.

Article History

Submitted: 17 March 2024

Accepted: 26 March 2024

Published: 27 March 2024

Key Words

Public Relations Management, *Brand Image*

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai manajemen humas dalam membangun *brand image* madrasah yang baik guna menarik masyarakat menyekolahkan anaknya di Madrasah Aliyah Swasta As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Beberapa upaya yang dilakukan oleh manajemen humas dalam membangun *brand image* Madrasah Aliyah As'ad ialah pertama, dengan memperkuat kekhasan Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi. Kedua, manajemen humas melakukan kerjasama baik dalam lingkup internal maupun eksternal kampus. Manajemen humas bekerjasama dengan Abdul Qodir Media Center menyelenggarakan agenda pondok, manajemen humas bertugas untuk mengundang langsung ke masyarakat sedangkan AQMC menyebarkan informasi atau melakukan promosi via website pondok. Terakhir, metode *getuk tular* yang artinya penyampaian dari mulut ke mulut juga menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi untuk menarik minat masyarakat.

Sejarah Artikel

Submitted: 17 March 2024

Accepted: 26 March 2024

Published: 27 March 2024

Kata Kunci

Manajemen Humas, Brand Image

Pendahuluan

Branding berasal dari kata bahasa Inggris *Brand* (merek). *Branding* adalah identitas dari sebuah produk di pasar, dari sebuah merek kita dapat menunjukkan nilai dari suatu organisasi atau suatu perusahaan. *Branding* memegang peran penting dalam sebuah bisnis, dengan strategi bisnis, suatu produk akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pasar. Kemudian ketika

sedang berusaha membangun dan menciptakan *brand image* ada beberapa hal di bawah ini harus diingat, yaitu:

1. harus mudah diingat, misalnya untuk pemilihan nama domain jangan terdiri dari kosakata yang sulit atau lebih dari tiga kata;
2. Relevan, meski tidak harus, tapi nama brand yang relevan dengan produk akan membuat brand image semakin kuat;
3. usahakan untuk bersifat dinamis dan fleksibel; 4) tingkatkan interaksi dengan audience.¹

Menurut Kotler dan Armstrong seperti dikutip Pristanto, brand image adalah suatu kesan yang ada dalam benak konsumen mengenai suatu merek yang hal ini dibentuk oleh pesan dan pengalaman konsumen mengenai merek, sehingga menimbulkan citra yang ada dalam benak konsumen.²

Berdasarkan pengamatan sementara, minat masyarakat di Provinsi Jambi masih tergolong tinggi untuk menyekolahkan anak ke Pondok Pesantren, hal ini terlihat dari pesantren yang masih terus eksis sampai saat ini, khususnya di wilayah seberang kota Jambi, termasuk pula di Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Mengapa dikatakan demikian? Hal ini dikarenakan, adanya suatu keinginan masyarakat untuk mempersiapkan anak bersekolah dalam bidang keagamaan dan mendapatkan pengetahuan serta bisa turun ke kegiatan masyarakat dalam bidang keagamaan. Kemudian, Masyarakat puas melihat perkembangan yang ada di Madrasah Aliyah As'ad seperti masyarakat sering menanyakan perkembangan keadaan madrasah guna membangun dan mengembangkan Madrasah Aliyah As'ad yang bernaung di bawah pondok pesantren As'ad.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka pertanyaan pokok dari penelitian ini adalah bagaimana manajemen humas membangun *brand image* (citra) positif sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di Pesantren As'ad Olak Kemang Kota Jambi khususnya di tingkat Madrasah Aliyah yang diangkat menjadi judul :

¹ Rahman Afandi, *Branding Madrasah Unggulan*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2019), 26-27.

² Pristanto Ria Irawan, Abdillah, Taryanto, *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut*, *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Prodi Manajemen, Universitas Pertiwi, Volume 3 No.2 Agustus 2022, 63.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/13148>

Manajemen Humas Dalam Membangun *Brand Image* di Madrasah Aliyah Swasta (MAS) As'ad Olak Kemang Kota Jambi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pada penjelasan deskriptif terhadap permasalahan yang sedang diteliti³. Dalam penelitian ini, tidak ada alat penelitian secara baku karena alat penelitian disesuaikan dengan keadaan dan yang paling penting peneliti sendiri sebagai instrumen kunci atau utama (*key instrumen*).⁴ Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren As'ad Olak Kemang Kota Jambi khususnya di tingkat Madrasah Aliyah.

Menurut Ahmad Saebani seperti dikutip Afifuddin, Dalam penelitian kualitatif, informan dipilih secara purposif. Informan pertama diminta untuk mengikuti orang lain yang dapat membedakan informasi. Kemudian, informan tersebut diminta pula menunjuk orang lain, dan seterusnya. Cara ini dikenal dengan *snowball sampling* technique sampai dicapai taraf ketuntasan, artinya informasi yang diperlukan dianggap memadai.⁵

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah kepala dan anggota manajemen humas yayasan dan Madrasah Aliyah As'ad, Kepala MAS As'ad, serta masyarakat (wali santri) serta kepala dan anggota yayasan pondok pesantren As'ad sebagai informan tambahan di Pesantren As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Data kualitatif ini akan dianalisa dengan cara: pertama reduksi data, kemudian display data, terakhir Conclusion Drawing/Verification kemudian Teknik pemeriksaan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi.

Hasil dan Pembahasan

Lembaga pendidikan yang mempunyai kualitas yang bagus dan positif di masyarakat maka mereka akan mencari cara membangun *brand image* (Citra merk) yang diharapkan

³ Mustafidah dan Suwarsito, *Dasar-Dasar Metodologi*, 21.

⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 18.

⁵ Afifudin dan Beni Ahmad Sabaeni, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 129.

agar lembaga pendidikan tersebut semakin tangguh dan akan mampu memberikan dorongan untuk masyarakat memilih lembaga pendidikan tersebut.

Membangun *brand image* merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan oleh manajemen humas untuk bisa menarik minat masyarakat. Manajemen humas di Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang kota Jambi melakukan beberapa upaya sehingga terbentuklah *brand image* madrasah. Sebagai berikut:

Pertama, Madrasah Aliyah Swasta (MAS) As'ad Olak Kemang kota Jambi terkenal dengan *brand image* sebagai madrasah yang mengikuti Nahdatul Ulama (NU) dengan cirinya yang khas dengan logo yang berwarna hijau. Kedua, Madrasah Aliyah As'ad terkenal dengan image madrasah yang memfasilitasi minat dan bakat siswa baik dalam bidang keagamaan maupun bidang ekstrakurikuler lainnya seperti drumband, paskibraka dan lain-lain. Hal tersebut terlihat ketika peneliti observasi ke ruang kepala madrasah Aliyah As'ad dan ruang guru madrasah Aliyah As'ad terlihat banyaknya piagam penghargaan dan piala yang tersusun di lemari ruangan tersebut yang sebagai tanda bukti prestasi santri madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang dalam berbagai event yang dilaksanakan tiap tahunnya baik di tingkat kota, provinsi, maupun tingkat nasional.⁶ Selanjutnya, manajemen humas juga berusaha terus menjaga *image* Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi sebagai Pondok Salafiyah salah satunya dengan cara turut aktif berpartisipasi dan berkontribusi dalam acara-acara keagamaan dalam lingkup yang lebih besar seperti menjadi tuan rumah pada MQK tingkat provinsi Jambi tahun 2014.

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, faktor pendukung manajemen humas dalam membangun *brand image* madrasah aliyah as'ad olak kemang ialah :

Pertama, adanya kekhasan Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi seperti yang dikemukakan oleh Pak Qodir selaku kepala Madrasah Aliyah As'ad. Kedua, manajemen humas melakukan kerjasama baik dalam lingkup internal maupun eksternal kampus. Ketiga, Teknologi informasi yang semakin canggih dengan memperkenalkan dan mempromosikan Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi di sosial media. Kepala Aliyah As'ad, Pak Qodir menyampaikan bahwa promosi melalui *Youtube* dan *Instagram* dengan mengunggah keikutsertaan serta pencapaian santri Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang kota Jambi

⁶ Observasi Penulis di MAS As'ad Olak Kemang, September 2023.

dalam berbagai perlombaan dapat membantu menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi.⁷ Terakhir, adanya metode *getuk tular* yang artinya penyampaian dari mulut ke mulut juga menjadi salah satu faktor pendukung manajemen humas dalam membangun brand image di madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi.

Selanjutnya, faktor-faktor penghambat humas dalam membangun brand image di Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Beberapa hambatan yang terjadi adalah sebagai berikut:

Pertama, keterbatasan sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan madrasah. Tidak dapat dipungkiri kelengkapan sarana prasarana menjadi penunjang berhasilnya suatu urusan termasuk juga kinerja manajemen humas dalam upaya membangun brand image madrasah yang baik. Kedua, terkadang terjadi missskomunikasi antara pihak humas yayasan dengan humas madrasah Aliyah As'ad, sehingga menyebabkan kurang optimalnya kinerja humas sehingga kinerja humas belum terlalu berdampak langsung pada madrasah. Ketiga, Pengelolaan website resmi sekolah belum optimal karena kurangnya tenaga professional di bidang IT, sehingga menjadi penyebab kurang maksimalnya kinerja humas dalam membangun brand image di Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi

Manajemen humas adalah pengaturan tentang hubungan masyarakat (internal dan eksternal), berkaitan dengan citra lembaga pendidikan, agar image dan kualitas tetap mendapat perhatian masyarakat, bahkan mengalami perubahan dan pengembangan. Hal tersebut dimulai dari perencanaan guna pembentukan program, pelaksanaan dan evaluasi.⁸

Manajemen humas di Madrasah Aliyah Swasta (MAS) As'ad Olak Kemang Kota Jambi memiliki peran sentral dalam membangun dan memelihara hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Menurut Suryobroto seperti dikutip Maskur menyebutkan program humas bertujuan untuk memberi penjelasan tentang kebijakan penyelenggaraan sekolah (berbentuk situasi dan perkembangannya), menampung sarana-sarana dan sumber dana dari warga sekolah), memelihara kerja sama secara harmonis antarwarga sekolah.

⁷ Fathurrahman, Kepala Kesekretarian Yayasan Pondok Pesantren As'ad, September 2023.

⁸ Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 18.

Manajemen humas memiliki peran sentral dalam membentuk citra dan reputasi Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan yang dijalin melalui program-program humas.

Kesimpulan

1. Manajemen Humas di Madrasah Aliyah As'ad dikelola oleh bagian Tata Usaha berkolaborasi atau bersinergi bersama Humas Yayasan, misalnya bila ada surat masuk atau surat keluar yang ditujukan kepada Madrasah Aliyah As'ad maka surat tersebut terlebih dahulu disampaikan ke bagian humas As'ad kemudian dilanjutkan atau diinfokan ke pihak Humas Aliyah As'ad. Diantara program kerja Humas di MAS As'ad ialah sebagai rapat dengan orang tua siswa, rapat dengan komite madrasah, menkoordinir surat menyurat, melaksanakan PHBN-PHBI, melaksanakan widya wisata dan melaksanakan kerja bakti. Humas MAS As'ad di ambil alih langsung oleh humas yayasan untuk menarik minat masyarakat. Melalui internet atau media sosial seperti YouTube dan Instagram.
2. Faktor Pendukung upaya manajemen humas dalam membangun *brand image* di madrasah Aliyah As'ad ialah Pertama, dengan memperkuat kekhasan Pesantren As'ad Olak Kemang kota Jambi, Kedua, manajemen humas melakukan kerjasama baik dalam lingkup internal maupun eksternal kampus. Faktor penghambat humas dalam membangun brand image di Madrasah Aliyah As'ad Olak Kemang Kota Jambi. Beberapa hambatan yang terjadi adalah pertama, keterbatasan sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan madrasah. Kedua, terkadang terjadi missskomunikasi antara pihak humas yayasan dengan humas madrasah Aliyah As'ad, sehingga menyebabkan kurang optimalnya kinerja humas sehingga kinerja humas belum terlalu berdampak langsung pada madrasah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih peneliti ucapkan kepada semua yang berkontribusi dan mendoakan demi selesainya penelitian ini. Semoga tulisan ini bermanfaat.

Referensi

Afandi, Rahman. *Branding Madrasah Unggulan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2019.

Afifudin dan Beni Ahmad Sabaeni. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.

Maskur. *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018

Mustafidah, Hindayati, Suwarsito. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: UM Purwokerto Pers, 2021

Ria Irawan, Pristanto, Abdillah, Taryanto. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. Prodi Manajemen, Universitas Pertiwi. Volume 3 No.2

Agustus 2022. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/13148>

Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.