

## Strategi Humas di SDIT Mujahidul Amin: Membangun *Branding* Lembaga Pendidikan Islam

Haris Maulana Safari<sup>1</sup>, Nurul Hikmah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Indonesia

Email: [harismaulanaalan2@gmail.com](mailto:harismaulanaalan2@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurulhikmah@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:nurulhikmah@iain-palangkaraya.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Manajemen humas memiliki peran penting dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam, termasuk di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas yang diterapkan dalam meningkatkan branding sekolah serta membangun kepercayaan masyarakat. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas SDIT Mujahidul Amin mengandalkan publikasi program unggulan, kerja sama dengan lembaga lain, serta pendekatan berbasis nilai Islam. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya dan segmentasi pasar menengah ke bawah. Studi ini menegaskan bahwa strategi humas yang efektif dapat meningkatkan daya tarik dan eksistensi sekolah Islam di masyarakat.

**Kata Kunci:** *Branding, Manajemen Humas, Pendidikan Islam, Strategi Komunikasi.*

### *Public Relations Strategy at SDIT Mujahidul Amin: Building the Branding of an Islamic Education Institution*

### Abstract

*Public relations management has an important role in building the image of Islamic educational institutions, including at SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya. This study aims to analyze the public relations strategy applied in improving school branding and building public trust. The method used is descriptive qualitative with observation, interview, and documentation techniques. The results showed that SDIT Mujahidul Amin's public relations relied on the publication of superior programs, cooperation with other institutions, and an Islamic value-based approach. The main challenges faced are limited resources and lower-middle market segmentation. This study confirms that an effective public relations strategy can increase the attractiveness and existence of Islamic schools in the community.*

**Keywords:** *Branding, Public Relations Management, Islamic Education, Communication Strategy.*

### PENDAHULUAN

Pondok pesantren adalah salah satu lembaga pendidikan Islam yang memiliki peran strategis dalam membangun karakter dan akhlak peserta didik. Keunikan sistem pendidikan pesantren terletak pada integrasi antara pembelajaran agama dan kehidupan sehari-hari santri, yang menekankan aspek kedisiplinan, kemandirian, serta nilai-nilai keislaman (Azra, 2019). Namun, dalam perkembangannya, pesantren di era modern tidak hanya dituntut untuk mengamalkan kurikulum berbasis nilai Islam, tetapi juga harus mampu membangun citra dan komunikasi yang baik dengan masyarakat. Dalam konteks ini, manajemen

hubungan masyarakat (humas) menjadi elemen penting dalam menjaga eksistensi dan daya tarik pesantren sebagai lembaga pendidikan yang relevan dengan kebutuhan zaman (Nurhayati, 2021).

Strategi humas dalam pesantren berperan dalam menyebarluaskan informasi terkait program unggulan, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta membangun hubungan baik dengan berbagai pihak, termasuk orang tua santri, lembaga mitra, dan pemerintah (Musthofa et al., 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pondok pesantren yang aktif dalam publikasi dan branding melalui media sosial mengalami peningkatan jumlah pendaftar hingga 35% dalam dua tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat berdampak signifikan terhadap perkembangan lembaga pendidikan Islam.

Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya merupakan salah satu pesantren yang telah menerapkan berbagai strategi humas dalam mengelola citra dan komunikasi dengan masyarakat, khususnya di unit SDIT. Program unggulan seperti kurikulum berbasis Gontor (Kulliyatul Mu'allimin Al-Islamiyah), sistem *full day school* yang menanamkan nilai-nilai Islam secara intensif, serta kegiatan rutin seperti shalat duha, dzikir, dan penggunaan bahasa Arab menjadi daya tarik utama yang dipublikasikan oleh humas pesantren. Selain itu, SDIT Mujahidul Amin juga menyelenggarakan berbagai kegiatan tahunan seperti Festival Anak Shalih dan Mujahidul Amin *All Stars Show* sebagai bagian dari strategi promosi dan penguatan hubungan dengan masyarakat.

Namun, dalam implementasinya, humas di lembaga pendidikan Islam menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam konteks segmentasi pasar dan keterbatasan sumber daya. SDIT Mujahidul Amin menargetkan peserta didik dari kalangan menengah ke bawah, yang menuntut strategi komunikasi yang tidak hanya berfokus pada branding, tetapi juga membangun kepercayaan dan memberikan akses pendidikan yang inklusif. Salah satu strategi yang diterapkan adalah kerja sama dengan BSI (Bank Syariah Indonesia) dalam menyediakan sistem tabungan dan kas bagi siswa, serta skema pembayaran SPP yang fleksibel untuk meringankan beban orang tua santri. Tantangan ini menunjukkan bahwa humas di pesantren tidak hanya bertugas dalam aspek publikasi, tetapi juga berperan dalam membangun relasi yang kuat dengan masyarakat (Pipit et al., 2020).

Dalam Islam, komunikasi yang baik antara lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan bagian dari prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*, yang bertujuan untuk menyebarluaskan nilai-nilai kebaikan dan mencegah kesalahpahaman. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS. Ali Imran: 104)

Rasulullah SAW juga menegaskan pentingnya komunikasi dalam dakwah dan pendidikan dengan bersabda:

"Sampaikan dariku walau satu ayat." (HR. Bukhari)

Hadis ini menegaskan bahwa menyampaikan informasi secara efektif adalah bagian dari dakwah dan pendidikan Islam. Oleh karena itu, strategi humas yang baik akan membantu pesantren dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih luas serta membangun reputasi yang kuat di tengah masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi humas diterapkan di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya, serta sejauh mana efektivitasnya dalam membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan daya tarik lembaga. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini akan memberikan gambaran mendalam mengenai tantangan dan peluang dalam pengelolaan humas di lembaga pendidikan Islam.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi humas di lingkungan pesantren, khususnya dalam membangun komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengelola manajemen humas secara profesional dan berkelanjutan.

## **METODE**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi humas di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena secara alami tanpa intervensi eksperimen (Creswell, 2014).

### ***Waktu dan Tempat Penelitian***

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari - Februari 2025 di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya, yang merupakan bagian dari Pondok Modern Mujahidul Amin. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada observasi awal yang menunjukkan bahwa lembaga ini memiliki strategi humas yang cukup aktif dalam mempublikasikan program unggulan mereka.

### ***Target/Subjek Penelitian***

Target penelitian ini adalah sistem manajemen humas di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya. Subjek penelitian meliputi:

1. Kepala sekolah, yang memiliki peran utama dalam menentukan kebijakan humas sekolah.
2. Staf humas, yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan strategi komunikasi dan publikasi sekolah.
3. Guru dan tenaga kependidikan, yang berperan dalam implementasi program-program unggulan sekolah.

### ***Prosedur***

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Observasi awal untuk memahami pola komunikasi dan strategi humas yang diterapkan di sekolah.

2. Wawancara mendalam dengan kepala sekolah, staf humas, guru, dan beberapa orang tua murid untuk menggali informasi lebih lanjut terkait strategi yang digunakan.
3. Pengumpulan dokumen berupa brosur sekolah, unggahan media sosial, serta laporan kegiatan humas sekolah.
4. Analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan dalam penelitian.

#### *Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data*

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer, diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam.
2. Data sekunder, diperoleh dari dokumentasi, laporan sekolah, serta publikasi media sosial sekolah.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pedoman observasi, untuk mencatat pola komunikasi dan strategi humas yang diterapkan.
2. Pedoman wawancara, yang dirancang untuk menggali informasi dari kepala sekolah, staf humas, guru, dan orang tua murid.
3. Dokumentasi, berupa brosur, laporan kegiatan, dan unggahan media sosial yang dianalisis sebagai bahan pendukung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama:

1. Observasi partisipatif, dengan mengamati langsung bagaimana strategi humas dijalankan di sekolah.
2. Wawancara semi-terstruktur, agar informan dapat memberikan jawaban yang lebih terbuka dan mendalam (Miles & Huberman, 2014: 89).
3. Analisis dokumen, untuk memahami pola publikasi dan branding sekolah berdasarkan bahan yang tersedia.

#### Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman (2014: 92) yang terdiri dari tiga tahapan:

1. Reduksi data: menyaring data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Penyajian data: mengorganisasi hasil temuan dalam bentuk naratif untuk memudahkan analisis.
3. Penarikan kesimpulan: mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data guna meningkatkan validitas temuan (Sugiyono, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### *Hasil Penelitian*

Penelitian ini mengungkap bahwa manajemen humas di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya berperan penting dalam membangun citra dan komunikasi

antara sekolah dengan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan kepala sekolah, staf humas, guru, serta orang tua murid, ditemukan bahwa strategi humas sekolah ini berfokus pada tiga aspek utama:

#### 1. Publikasi Program Unggulan

SDIT Mujahidul Amin secara aktif mempublikasikan berbagai program unggulan guna menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap sekolah. Program-program ini meliputi:

- a. Kurikulum berbasis Gontor (*Kulliyatul Mu'allimin Al-Islamiyah*), yang mengombinasikan pembelajaran agama dan akademik.
- b. Sistem *full day school* berbasis nilai Islam, yang membentuk karakter santri dengan kedisiplinan dan akhlak Islami.
- c. Kegiatan rutin seperti shalat duha, dzikir, dan penggunaan bahasa Arab dalam komunikasi harian.

Publikasi program ini dilakukan melalui berbagai media, termasuk brosur cetak, media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp), serta website sekolah. Namun, berdasarkan wawancara dengan staf humas, keterbatasan tenaga dalam pengelolaan media sosial menjadi kendala utama dalam optimalisasi promosi sekolah.

#### 2. Kemitraan dengan Lembaga Eksternal

Dalam upaya meningkatkan daya saing dan memberikan kemudahan bagi wali murid, SDIT Mujahidul Amin menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga, di antaranya:

- a. Kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam pengelolaan tabungan siswa dan kas sekolah, yang bertujuan untuk mendidik siswa dalam literasi keuangan syariah.
- b. Kolaborasi dengan komunitas pendidikan Islam dalam penyelenggaraan seminar dan pelatihan bagi guru dan tenaga pendidik.

Kemitraan ini menjadi bagian dari strategi humas dalam membangun relasi yang lebih luas, baik dengan orang tua murid maupun dengan komunitas pendidikan lainnya.

#### 3. Pendekatan Berbasis Nilai Islam

Humas sekolah ini tidak hanya berfokus pada publikasi dan kerja sama eksternal, tetapi juga menerapkan pendekatan yang berlandaskan nilai-nilai Islam dalam membangun komunikasi dengan wali murid dan masyarakat. Prinsip yang diterapkan dalam strategi komunikasi sekolah mencakup:

- a. Kepercayaan dan transparansi, yang ditunjukkan dalam keterbukaan sekolah terhadap masukan dari orang tua.
- b. Musyawarah dan ukhuwah Islamiyah, yang menjadi dasar dalam interaksi antara pihak sekolah dan orang tua murid.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, pendekatan ini memperkuat hubungan emosional antara sekolah dan masyarakat, sehingga meningkatkan loyalitas orang tua dalam menyekolahkan anak-anak mereka di SDIT Mujahidul Amin.

## Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas di SDIT Mujahidul Amin sejalan dengan konsep manajemen humas dalam pendidikan Islam, sebagaimana dijelaskan oleh (Nurhayati, 2021) bahwa keberhasilan humas dalam lembaga pendidikan Islam terletak pada kombinasi branding, transparansi, dan keterlibatan masyarakat.

### 1. Kesesuaian dengan teori publikasi pendidikan

Publikasi program unggulan yang diterapkan SDIT Mujahidul Amin sesuai dengan teori strategi komunikasi dalam pendidikan Islam. Menurut (Musthofa et al., 2024) publikasi yang efektif dalam lembaga pendidikan Islam harus mengedepankan nilai-nilai Islami yang autentik agar dapat menarik kepercayaan masyarakat. Hal ini terlihat dalam publikasi SDIT Mujahidul Amin yang menonjolkan kurikulum berbasis Islam, kebiasaan ibadah, dan penggunaan bahasa Arab sebagai ciri khas mereka.

### 2. Relevansi kemitraan dengan model humas pendidikan Islam

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa kerja sama dengan BSI dan komunitas pendidikan Islam selaras dengan teori networking dan kolaborasi dalam manajemen humas. Menurut (Pipit et al., 2020), pondok pesantren dan sekolah Islam perlu membangun jejaring strategis untuk memperkuat kredibilitas lembaga. Dalam konteks SDIT Mujahidul Amin, kemitraan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan orang tua murid tetapi juga memperluas cakupan jaringan sekolah.

### 3. Penerapan nilai-nilai Islam dalam komunikasi sekolah

Pendekatan berbasis nilai Islam dalam manajemen humas SDIT Mujahidul Amin menunjukkan kesesuaian dengan konsep komunikasi Islami dalam kepemimpinan pendidikan sebagaimana dikemukakan oleh (Azra, 2019) Prinsip musyawarah dan ukhuwah Islamiyah yang diterapkan sekolah dalam interaksi dengan orang tua murid memperkuat relasi sosial yang harmonis, seperti yang dianjurkan dalam firman Allah:

*"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka itulah orang-orang yang beruntung."* (QS. Ali Imran: 104).

Ayat ini menegaskan bahwa komunikasi yang baik dan ajakan kepada kebaikan merupakan elemen penting dalam sistem pendidikan Islam. Oleh karena itu, penerapan strategi humas berbasis nilai Islam di SDIT Mujahidul Amin mendukung citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### 4. Tantangan dalam pelaksanaan strategi humas

Meskipun strategi humas SDIT Mujahidul Amin menunjukkan efektivitas dalam meningkatkan branding sekolah, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, yaitu:

- a. Keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial, yang menyebabkan publikasi belum optimal.
- b. Segmentasi masyarakat menengah ke bawah, yang memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif agar strategi branding tidak hanya berfokus pada citra eksklusif, tetapi juga inklusif bagi semua kalangan.

Tantangan ini sesuai dengan temuan (Hermawan & Carnawi, 2024) yang menyatakan bahwa keterbatasan tenaga humas dan perbedaan segmentasi masyarakat merupakan faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam lembaga pendidikan Islam.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa strategi humas SDIT Mujahidul Amin telah sesuai dengan teori manajemen humas dalam pendidikan Islam. Dengan mengandalkan publikasi yang Islami, kemitraan strategis, dan komunikasi berbasis nilai Islam, sekolah ini berhasil membangun branding yang kuat di masyarakat. Namun, tantangan dalam hal sumber daya dan segmentasi pasar perlu diperbaiki dengan strategi yang lebih sistematis dan berbasis data.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa manajemen humas di SDIT Pondok Modern Mujahidul Amin Palangka Raya memiliki peran strategis dalam membangun citra dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Humas sekolah ini mengandalkan tiga strategi utama, yaitu: (1) Publikasi program unggulan, yang menekankan identitas sekolah berbasis nilai Islam melalui berbagai media komunikasi. (2) Kemitraan dengan lembaga eksternal, seperti kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam program tabungan siswa serta kolaborasi dengan komunitas pendidikan Islam untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidik. (3) Pendekatan berbasis nilai Islam dalam komunikasi dengan masyarakat, yang mengutamakan kepercayaan, musyawarah, dan ukhuwah Islamiyah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan selaras dengan teori manajemen humas dalam pendidikan Islam, sebagaimana dijelaskan oleh (Nurhayati, 2021),(Pipit et al., 2020) serta (Musthofa et al., 2024), Pendekatan berbasis nilai Islam dalam komunikasi sekolah juga mendukung prinsip amar ma'ruf nahi munkar sebagaimana yang dianjurkan dalam QS. Ali Imran: 104. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam pelaksanaan strategi humas, antara lain: *pertama*, keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial, yang menyebabkan publikasi sekolah belum optimal. *Kedua*, segmentasi masyarakat menengah ke bawah, yang menuntut pendekatan komunikasi yang lebih adaptif dan inklusif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azra, A. (2019). *Pendidikan Islam: tradisi dan modernisasi di tengah tantangan milenium III*. Prenada Media.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Hermawan, I., & Carnawi. (2024). Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 12–26. <https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>
- Musthofa, M. D., Baharun, H., & Yakin, A. (2024). Melibatkan Stakeholder : Strategi Kunci untuk Meningkatkan Loyalitas Merek Madrasah. *Jurnal Ilmiah Pendidik Indonesia*, 3(2), 20–35.
- Nurhayati, S. (2021). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam*. Pustaka Pelajar.
- Pipit, M., Aminatun, D., Nasution, S. S., Hastomo, T., Sitepu, S. S. W., & Tryana. (2020). manajemen humas kantor kemenag kabupaten karawang dalam peningkatkan mutu pondok pesantren. *Journal GEEJ*, 7(2), 753–758.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.