

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan data hasil penelitian yang meliputi; a) paparan data di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, b) Temuan Penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, c) Analisis Data Penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

#### **A. Paparan Data Penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

Pada bagian ini akan diuraikan paparan data penelitian dari kedua lokasi yaitu di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

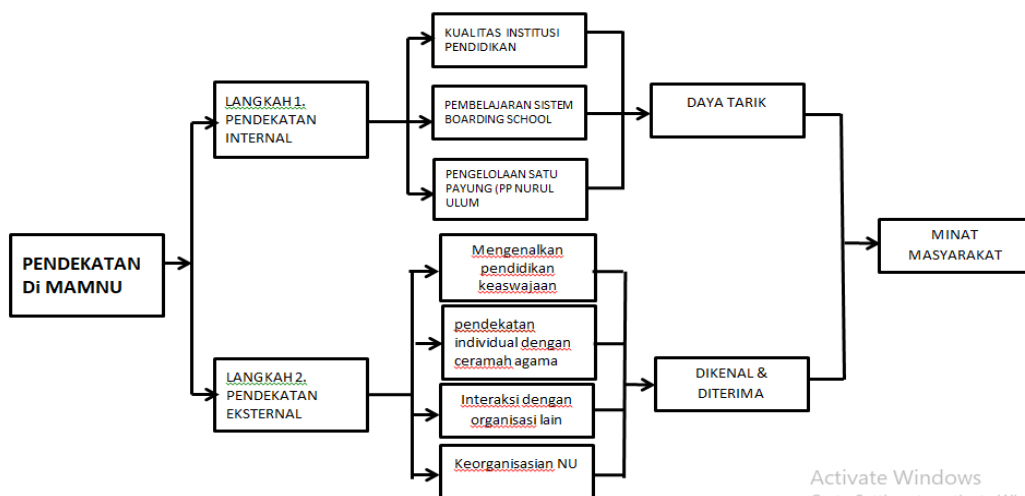
##### **1. Paparan data penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar**

MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan dibawah naungan pondok pesantren Nurul Ulum, para pendiri pondok sejak awal berprinsip bahwa “anak-anak mondok sambil sekolah formal” yang berarti bahwa anak belajar ilmu agama di pondok pesantren sambil belajar ilmu umum pada sekolah formal yaitu MA dan MTs Ma'arif NU. Anak-anak juga bermukim penuh selama 24 jam di lingkungan asrama pondok dan mendapatkan pendidikan bermuatan nilai-nilai keaswajaan. Hal ini yang menjadi *brand image* kuat di masyarakat bahwa MA Ma'arif NU Kota Blitar dikenal sebagai lembaga pendidikan Islam “boarding school.” Pada bagian ini akan

dipaparkan mengenai data penelitian yang didapatkan di MA Ma'arif NU Kota Blitar tentang pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi.

**a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

Kekuatan MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah lembaga pendidikan berbasis NU dengan system boarding school dan secara kebetulan sebagian besar masyarakat Blitar adalah warga nahdliyin. Pendekatan yang dilakukan MA Ma'arif NU Kota Blitar mendapat sambutan positif karena sebagian pengajar adalah kader-kader NU. MA Ma'arif NU Kota Blitar menggunakan 2 langkah pendekatan dalam membangun brand image yaitu; pendekatan internal dan eksternal. Pendekatan internal terkait penguatan dari dalam sebagai daya tarik masyarakat, sedangkan pendekatan eksternal yaitu lembaga mengenalkan ke masyarakat luas terhadap layanan yang diselenggarakan supaya lembaga dikenal dan diterima oleh masyarakat. Seperti skema temuan pada gambar dibawah ini.



Activate Windows  
Go to Settings to activate Windows

Gambar 4.1 skema temuan pendekatan yang dilaksanakan di MAM NU

### 1) Pendekatan internal

Pendekatan internal adalah penguatan lembaga dari dalam sebagai daya tarik bagi masyarakat luas, penguatan yang dilakukan di MA Ma'arif Kota Blitar adalah pembelajaran dengan system boarding school, capaian akreditasi A, dan tata kelola lembaga yang dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.

#### a. Pembelajaran dengan system *boarding school*

MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan dengan system pondok pesantren yang didirikan dan dikelola oleh Pengurus Cabang NU Kabupaten dan Kota Blitar. Pengelola MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah para tokoh dan kyai NU yang mempunyai nama besar di wilayah Kota Blitar sehingga gerak dan eksistensi MA Ma'arif cukup mendapat perhatian masyarakat. System pendidikan boarding school cukup mendapat kepercayaan masyarakat Blitar karena para santri bermukim 24 jam penuh dalam didikan dan pengawasan para pengasuh pondok untuk belajar ilmu agama, ilmu umum, dan nilai-nilai keaswajaan. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Bapak Galuh bahwa sistem pendidikan yang diselenggarakan adalah jenis *boarding school* dimana anak belajar ilmu agama di pondok pesantren sambil belajar ilmu umum pada sekolah formal yaitu MA dan MTs Ma'arif NU. Hal tersebut membawa daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Seperti yang beliau katakan:

“Sebelumnya untuk dipahami ya pak. Jadi ketika anda meneliti disini itu pasti meneliti semua bagian pendidikan yang ada di pondok ini. Bisa dikatakan disini itu satu paket antara pendidikan tingkat MTs, MA, dan Madin baik ula maupun wusto. Jadi kesepakatan pengelola adalah pendidikan yang diselenggarakan disini adalah tipe pondok pesantren. Jadi “mondok sambil sekolah”, bukan sekolah sambil mondok. Brand ini yang istiqomah kami jalani dan ditawarkan kepada publik. Dan mungkin saja faktor tersebut yang membuat menarik masyarakat, ketika kita menawarkan jenis pendidikan yang bahasa modern disebut *boarding school*”<sup>1</sup>

Bapak Wachid selaku kepala MA menjelaskan bahwa system pembelajaran yang diselenggarakan adalah boarding school, beliau mengatakan:

“yang kami selenggarakan adalah pendidikan tipe pesantren ya pak, jadi semua peserta didik di MA Ma’arif itu mukim disini selama 24 jam. Misal untuk siswa MA, mereka pagi belajar formal dan malamnya ikut madin. Pagi jam 07.00 mereka mulai belajar di MA dan selesai pukul 14.00. setelah itu mereka ikut kegiatan ekstra sampai pukul 17.00. malamnya ikut pembelajaran MADIN sampai sekitar pukul 21.00 setelah itu mereka belajar mandiri dan dilanjutkan tidur malam, pagi pukul 03.00 sudah mulai bangun tidur untuk persiapan sholat subuh. Setelah subuh dilanjutkan dengan mengaji kitab. Jadi itulah kegiatan anak MA Ma’arif yang semua full mondok disini”<sup>2</sup>

Penjelasan waka humas dan kepala madrasah juga diperkuat oleh Bapak Kyai Badaruddin, beliau menjelaskan bahwa pendidikan di MA Ma’arif dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Ulum berbasis NU. Dimana setiap siswa baik dari MTs dan MA merupakan santri mukim Pondok Pesantren Nurul Ulum:

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

“Pelaksanaan pendidikan disini memang dibawah payung pondok pesantren Nurul Ulum yang berbasis NU. Jadi dalam penekanan muatan pembelajaran adalah ke-NUan atau keaswajaan, dan itu memang sudah menjadi kesepakatan oleh para pendiri. Untuk system pendidikan kami berbasis pondok pesantren artinya anak tinggal disini selama 24 jam dengan mengikuti semua peraturan dan pembelajaran yang ada di pondok.”<sup>3</sup>

Tipe pembelajaran *boarding school* yang nara sumber sampaikan sesuai dengan hasil observasi peneliti terkait kamar putra dan putri para santri PP Nurul Ulum.<sup>4</sup>



Gambar 4.2 Gedung asrama santri MA Ma'arif NU Kota Blitar.

Dari data yang didapat diatas dapat diketahui bahwa sistem pendidikan yang diselenggarakan di MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah jenis *boarding school* dimana anak belajar ilmu agama bermukim selama full 24 jam di pondok pesantren sambil belajar ilmu umum pada sekolah formal.

#### b. Kualitas pendidikan

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>4</sup> Observasi tanggal 2 September 2020. Pukul 12.00

Dalam membangun brand tentu juga dibarengi membangun kualitas atau mutu lembaga. Dengan menjaga kualitas layanan pendidikan secara terus menerus maka sebuah organisasi pendidikan tentu tidak akan sepi peminat. Salah satu bukti kualitas pendidikan di Pondok Pesantren Nurul Ulum adalah telah diraihnya peringkat akreditasi A baik pada tingkat MTs maupun MA. Hal ini seperti yang disampaikan oleh bapak Wahid selaku kepala MA Ma'arif NU:

“Ya sebagai modal kita membangun brand ke masyarakat adalah kualitas lembaga, dan bukti kualitas penyelenggaraan pendidikan itu adalah akreditasi. Alhamdulillah untuk MA peringkat akreditasi kami A, MTs juga A. Tentu untuk mendapat nilai tersebut perlu usaha keras dari segenap pengelola. Dan kemarin saat akan divisitasi semua kompak untuk bekerja keras dalam berusaha mewujudkan peringkat akreditasi A. dan memang hasil tidak akan membohongi proses.”<sup>5</sup>

Hal yang sama juga telah disampaikan oleh Bapak Maliki selaku kepala TU pada MA Ma'arif NU, beliau menyampaikan:

“Untuk akreditasi MA mendapat peringkat A sedangkan MTs juga mendapat A. Karena bisa dikatakan dari segi sarana prasarana kami agaknya lengkap, prestasi siswa juga banyak yang telah diraih, tenaga pendidik dan kependidikan juga telah memenuhi dari segi kualifikasi dan kualitas.”<sup>6</sup>

Bapak Wahid menyampaikan bahwa untuk mewujudkan pendidikan yang bermutu banyak hal yang dilakukan oleh MAM NU:

“Dalam pelaksanaan pendidikan di MA ini banyak hal yang kami lakukan untuk membekali para santri, diantaranya; satu, kami

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Moch. Maliki, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 09.00

membangun Ibnu Sina Training Centre dimana fungsinya memberi pelayanan pendidikan keterampilan antara lain computer, bahasa arab dan inggris, tata busana dan tata boga, bubut kayu, hortikultura, dan budidaya ikan air tawar. Dua, kami juga menyediakan koperasi madrasah yang bertujuan memenuhi kebutuhan harian para santri misalnya tentang catering, unit pertokoan, dan unit simpan pinjam. Ketiga, Kami ada Bengkel Al Qur'an dan Sholat, lembaga ini dibentuk untuk melayani para santri yang kemampuan baca Al Qur'an dan bacaan sholatnya kurang baik. Bimbingan kusus ini diberikan karena tidak terjadwal dalam struktur kurikulum MAM NU. Keempat, Tahfidz Qur'an, layanan ini disediakan bagi para santri yang sedang menghafal Al Qur'an. Untuk pengajar ya dari ustadz/ustadzah sini. Karena sebagai pengajar disini juga beberapa hafal Al Qur'an. Ini kami lakukan untuk persiapan kepada para santri yang ingin melanjutkan kuliah di luar negeri seperti Al Azhar atau Ummul Qurro' University.”<sup>7</sup>

Bapak Galuh menambahkan terkait kualitas pendidikan yang dicapai MA Ma'arif NU adalah penguatan tentang 8 standar pendidikan”

“untuk mendapat nilai A kita perkuat betul mengenai sarana prasarana, tenaga pendidik, transparansi keuangan, mutu lulusan, pelaksanaan pembelajaran, kurikulum, evaluasi pembelajaran, tata kelola lembaga. Hal tersebut kami perkuat betul pak.”

Hal diatas sesuai dokumen surat yang peneliti dapatkan bahwa MA Ma'arif NU Kota Blitar meraih capaian akreditasi A.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>8</sup> Bukti Dokumen tentang akreditasi MA Ma'arif NU Kota Blitar.



Gambar 4.3 tentang akreditasi MA Ma'arif NU Kota Blitar

Dari paparan data hasil wawancara dan dokumentasi diatas dapat diketahui bahwa kualitas atau mutu lembaga merupakan modal awal dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan. Hal tersebut tercermin dari capaian akreditasi yang mana MA Ma'arif NU Kota Blitar mendapat nilai akreditasi A.

c. Pengelolaan terpadu dibawah naungan PP Nurul Ulum berbasis NU

Lembaga pendidikan MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan Islam dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar. Letaknya kurang lebih 4 Km sebelah selatan dari alun-alun Kota Blitar. Selain menaungi MA Ma'arif NU, Pondok pesantren Nurul Ulum juga menaungi MTs Ma'arif NU Kota Blitar. Bapak Galuh menyatakan :

“Pelaksanaan pendidikan disini memang dibawah payung pondok pesantren Nurul Ulum yang berbasis NU. Jadi dalam penekanan muatan pembelajaran adalah ke-NUan atau keaswajaan, dan itu memang sudah menjadi kesepakatan oleh para pendiri.”<sup>9</sup>

Hal diatas juga diperkuat oleh perkataan Bapak Kyai Badaruddin:

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30



“Dari segi pengelolaan kami tersistem dengan rapi. Pondok ini dipimpin oleh jajaran direktorat yang masa baktinya 5 tahun, dan direktorat membawahi MA, MTs, dan Madin. Jabatan kepala MA, MTs, dan Madin juga 5 tahun. Semua kepala dari tingkat direktorat sampai ke MA, MTs, dan Madin itu bisa nambah jabatannya 2 kali (10 tahun) asal kinerjanya bagus. Dan para jajaran pimpinan setiap Sabtu jam 10 pagi selalu rapat bersama untuk menyelesaikan berbagai hal yang ada disini. Dan Alhamdulillah... system organisasi di pondok ini berjalan dengan lancar”<sup>10</sup>

Pendidikan dengan pengelolaan tipe Pondok Pesantren mempunyai daya tarik terhadap minat masyarakat terutama warga Nahdliyin. Pondok Nurul Ulum membatasi jumlah penerimaan santri baru karena alasan kecukupan sarana prasarana dengan total jumlah santri, akan tetapi peminat baik di MTs dan MA menunjukkan grafik meningkat. Hal ini seperti disampaikan oleh Bapak Maliki sebagai kepala TU:

“Untuk 5 tahun terakhir, jumlah yang mendaftar bisa dikatakan terus meningkat. Tetapi kebijakan direktorat hanya menampung 1200 santri baik yang di MA dan di MTs. Untuk data seperti yang saya sampaikan ke jenengan. Di MA, pada tahun 2016 yang mendaftar mencapai 301 dan pada tahun ini walau ada pandemic yang mendaftar berjumlah 332 anak. Sedangkan MTs pada 2016 mencapai 267 anak dan pada tahun ini berjumlah 339 anak.”<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Moch. Maliki, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 09.00

Pengelolaan dibawah PP Nurul Ulum dibuktikan dengan hasil observasi peneliti pada pintu masuk Pondok.<sup>12</sup>



Gambar 4.4 Nambor satuan pendidikan MA, MTs, dan MADIN dibawah naungan PP Nurul Ulum

Dari paparan data yang didapat dari wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa Pondok Pesantren Nurul Ulum menaungi 3 lembaga pendidikan yaitu MA Ma'arif NU, MTs Ma'arif NU, dan Madin. Hal tersebut merupakan cara pengelolaan pendidikan yang integrative antara pendidikan formal (MA dan MTs) dan luar sekolah (Madin)

## 2) Pendekatan eksternal

Pendekatan kepada masyarakat merupakan cara untuk menunjukkan eksistensi lembaga khususnya pada masyarakat Nahdliyin di daerah Blitar dan sekitarnya. Apalagi letak pondok ini banyak dikelilingi sekolah-sekolah yang juga berkualitas. Letak Pondok Nurul Ulum bisa dikatakan lumayan strategis berada

---

<sup>12</sup> Observasi tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 10.00

dekat area perkotaan. Jika dibagi menjadi pendekatan dalam 3 hal; sosial, individual, interaksi, dan keorganisasian NU

a. Pendekatan sosial dengan mengenalkan pendidikan ke-NUan

MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah lembaga pendidikan Islam yang dasar layanannya menawarkan nilai-nilai aswaja dibawah kepemimpinan ormas Islam Nahdlatul Ulama. Seperti yang disampaikan Bapak Kyai Badaruddin selaku kepala direktorat ponpes Nurul Ulum:

“Pendidikan yang kami selenggarakan disini memang telah dikenal oleh masyarakat luas sebagai salah satu pendidikan yang kental akan nuansa ke-NU an. Jadi bisa dikatakan pendidikan untuk warga nahdliyin yang berbasis pondok pesantren yaitu Ponpes Nurul Ulum Kota Blitar. Warga nahdliyin untuk wilayah Blitar dan sekitarnya saya kira sudah familiar terhadap pendidikan yang selenggarakan. Untuk masuk dan mendaftar disini ada tes ke-NU-an... Jadi nuansa NU disini sangat kental.”<sup>13</sup>

Beliau juga menambahkan bahwa para lulusan MA Ma'arif dipersiapkan untuk menjadi individu-individu yang bermanfaat bagi masyarakat luas dalam hal keagamaan:

“Disini memang menyiapkan lulusan yang siap bermanfaat bagi masyarakat. Misal bisa jadi khatib sholat jumat, imam sholat jenazah, imam yasin dan tahlil, imam istighozah, para pemimpin organisasi NU di masyarakat (Ansor, Banser, Isnu, Fatayat, Muslimat, dll). Jadi lubang di masyarakat bisa terisi oleh para lulusan kami, mungkin bahasa yang pas adalah para kader-kader NU di masyarakat. Dan bagaimana mengasah kemampuan para santri; yaitu kita punya program PPL. Program PPL adalah program yang dilaksanakan di kelas 12 dimana

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

para santri dikirim ke berbagai daerah wilayah Blitar untuk mengabdikan keilmuannya”<sup>14</sup>

Bapak Wahid selaku kepala madrasah menjelaskan bahwa selain para lulusan disiapkan menjadi kader-kader NU yang siap terjun di masyarakat, mereka juga dibekali keterampilan. Seperti yang beliau sampaikan:

“Selain menyiapkan para lulusan yang siap terjun menjadi kader-kader NU, disini juga ada program ekstra untuk keterampilan yaitu budi daya ikan air tawar dan hortikultura. Ini kami selenggarakan atas inisiatif kami (MAMNU) untuk membekali siswa supaya ketika lulus mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak melulu tergantung dengan pekerjaan orang lain.”<sup>15</sup>

Bukti fisik jika MA Ma’arif NU Kota Blitar berbasis pendidikan NU dapat dilihat ketika peneliti masuk ruang resepsionis, terdapat lambang NU.<sup>16</sup>



Gambar 4.5 MA Ma’arif NU Kota Blitar berbasis NU

Dari uraian beberapa narasumber diatas dapat diketahui bahwa dalam pendekatan sosial MA Ma’arif NU Kota Blitar lebih menekankan pendidikan aswaja untuk warga Nahdliyin dalam bentuk pondok pesantren atau boarding

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>16</sup> Dokumentasi tanggal 2 September 2020, Pukul 12.00

school. Dimana NU merupakan ormas terbesar di Kota Blitar sehingga layanan jasa pendidikan yang berwujud tradisi dan budaya warga Nahdliyin mempunyai tempat istimewa dan diminati masyarakat secara luas.

b. Pendekatan melalui ceramah agama

Sebagian besar pengajar di pondok Nurul Ulum adalah pengurus NU yang keilmuan agama Islam bisa dikatakan lumayan baik. Hal ini membawa keberuntungan bagi MA Ma'arif NU Kota Blitar. Karena sebagian besar Ustad merupakan tokoh agama yang berpengaruh di lingkungan rumahnya dan juga beberapa dari Ustad merupakan Da'i yang sering diundang di wilayah Blitar raya dan sekitarnya. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Galuh:

“Dari sekian ustad disini, ya sekitar 150 ustad itu bisa dikatakan mereka sedikit banyak mempunyai pengaruh disekitar lingkungan rumahnya. Ini juga sebagai brand person/individual dari lembaga pendidikan kami yaitu pondok Nurul Ulum dan sekaligus untuk kepentingan MAM NU. Sebagian juga ada yang menjadi Da'i, artinya sering diundang di beberapa wilayah Blitar, Tulungagung, Kediri, dan Trenggalek seperti Kyai Sulthon, Kyai Nasrudin, dan Kyai Badaruddin.”<sup>17</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Kyai Badaruddin ketika diwawancarai peneliti di kediamannya, beliau menyampaikan:

“Keterlibatan beberapa individu (para ustad di Ponpes Nurul Ulum) yang mempunyai pengaruh di masyarakat atau organisasi setidaknya bisa menjadi titik poin pendekatan kepada masyarakat dalam menjaga

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

brand lembaga kami. Brand untuk pondok dan juga brand untuk MAM NU”,<sup>18</sup>

Bapak Wahid menjelaskan bahwa ketika beberapa pengajar berceramah di masyarakat maka ada semacam pesan untuk mempromosikan Pondok Nurul Ulum atau MAM NU, seperti yang disampaikan beliau:

“Jadi Pondok Nurul Ulum itu memayungi 3 instansi pendidikan, satu adalah MA, dua untuk MTs, dan ketiga untuk Madin. Beberapa pengajar itu adalah Da’i yang sering ceramah atau diundang oleh masyarakat. Pada momen beliau ceramah itu disisipi promosi terhadap Ponpes kami baik kepada masyarakat atau panitia penyelenggara. Dan hal tersebut bisa dikatakan lumayan berhasil karena beberapa dari sebagian santri ponpes ini mengenal lembaga atas dasar dikenalkan oleh para pengajar yang telah ceramah di beberapa daerah.”<sup>19</sup>

Hal diatas sesuai bukti dokumen foto bahwa salah satu pengajar di MAM NU adalah Da’i yang sering diundang pengajian ke berbagai daerah.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>20</sup> Bukti dokumen foto KH. Ahamad Sulthon, salah satu pengajar MAM NU yang sering diundang ceramah diberbagai daerah karisedanan Kediri.



Gambar 4.6 KH. Ahmad Sulthon pengajar MAM NU sekaligus Da'i

Cara unik dilakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam pendekatan individual dengan memanfaatkan SDM yang dimiliki. Dari penggalian data penelitaian dapat diketahui bahwa sebagian pengajar/ustad adalah penceramah yang mempunyai pengaruh di masyarakat. Sembari para pengajar memberikan ceramah agama mereka juga mempromosikan pondok pesantren Nurul Ulum kepada masyarakat atau panitia penyelenggara.

c. Pendekatan dalam keorganisasian NU

Ponpes Nurul Ulum yang menaungi MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan Islam yang didirikan oleh pengurus cabang NU Kota dan Kabupaten Blitar. Dalam struktur keorganisasian NU pengurus cabang membawahi MWC untuk tingkat kecamatan dan juga Ranting untuk tingkat

desa. Didalam tubuh NU sendiri ada wadah keorganisasian bagi keanggotaannya, misalnya Banser, Fatayat, ISNU, IPPNU/IPNU, ANSOR, Muslimat, dll. Pondok Nurul Ulum menjalin interaksi yang baik dengan wadah keorganisasian NU. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak KH. Badaruddin:

“Pondok pesantren ini didirikan oleh segenap pengurus cabang NU Kota dan Kabupaten Blitar. Bukan individu yang turun temurun dengan trah keluarga. Jadi tidak ada kyai utama pemilik pondok. Secara structural gini ya mas; Pengurus cabang NU Kabupaten dan Kota membawahi LP Ma’arif, selanjutnya ke Pondok ini. Adapun didalam tubuh NU sendiri itu kan banyak wadah keorganisasiannya ya seperti muslimat, fatayat, IPNU, dll. Jadi kita sangat mudah untuk diterima oleh mereka.”<sup>21</sup>

Pola interaksi yang baik senantiasa dijaga oleh segenap pengurus Ponpes Nurul Ulum terhadap beberapa kepengurusan NU dan keorganisasian keanggotaan NU. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Wahid ketika diwawancarai peneliti di ruang kepala madrasah:

“Semua yang terlibat disini baik dari dasar sampai puncak manajemen dipegang oleh pengurus NU. Sehingga interaksi kami sangat mudah karena merasa dalam satu gerbong lokomotif besar yaitu Nahdlatul Ulama atau NU. Misalnya ketika musim pendaftaran siswa baru, kita tinggal info ke seluruh personil PC NU Kabupaten/Kota Blitar maka infonya sudah tersebar kemana-mana. Apalagi NU adalah ormas yang sangat besar dan pengaruhnya sangat kuat, dimana dalam tubuh NU sendiri ada Ma’arif, Fatayat, Muslimat, IPNU/IPPNU, Banser, Ansor, dll.”<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00



Bukti dokumen foto bahwa MAM NU sering digunakan rapat dalam kepengurusan NU.<sup>23</sup>



Gambar 4.7 Rapat kepengurusan dan keorganisasian NU di MAM NU

Segenap pengurus Ponpes Nurul Ulum menjalin hubungan yang harmonis dengan kepengurusan NU dan keorganisasian keanggotaan NU. Aula MAM NU juga sering digunakan sebagai tempat untuk rapat rutin oleh pengurus NU Kabupaten/Kota. Pondok Pesantren Nurul Ulum juga sering dikunjungi para tokoh NU. Beberapa hal tersebut dimanfaatkan sebagai *brand* lembaga bahwa MAM NU adalah lembaga pendidikan yang keberadaan dipercaya oleh para tokoh publik

d. Pendekatan interaksional

---

<sup>23</sup> Dokumen pelaksanaan rapat kepengurusan NU

Pengurus cabang NU Kota Blitar sebagai *founding father* pondok Nurul Ulum juga mempunyai ikatan interaksi yang baik dengan pemerintah Kabupaten dan Kota Blitar. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Kyai Badaruddin:

“Pengurus cabang NU Kota dan Kabupaten itu bisa dikatakan mempunyai posisi baik di wilayah pejabat pemerintahan Kabupaten dan Kota Blitar dan juga ormas yang lainnya. Pola interaksi yang baik ini sedapat mungkin kami pertahankan agar eksistensi Ponpes Nurul Ulum tetap terjaga, terutama dalam hal kualitas pendidikannya. Sering juga bupati atau walikota hadir disini dalam acara-acara hari besar agama, ya mungkin disini tempatnya enak dan nyaman.”<sup>24</sup>

Bapak Badrul Huda menyampaikan bahwa para pimpinan pondok juga mempunyai hubungan yang baik dengan para pejabat pemerintahan dan tokoh agama. Hubungan interaksi tersebut dapat membangun *brand image* ponpes dan juga bagi MAM NU. Seperti yang beliau katakana:

“Para jajaran direktorat juga mempunyai hubungan baik dengan para pejabat pemerintahan Kabupaten/Kota dan juga tokoh agama setempat. Hubungan interaksi yang harmonis beliau-beliau ini juga menjadi *brand image* bagi ponpes Nurul Ulum, artinya para pimpinan ponpes Nurul Ulum juga tokoh publik yang secara pergaulan juga berinteraksi dengan para pejabat pemerintahan dan tokoh agama di Blitar.”<sup>25</sup>

MAM NU dibawah pengelolaan Pondok Nurul Ulum juga menjalin kerjasama dengan organisasi lainnya, interaksi ini terjalin atas hubungan saling menguntungkan. Pola pendekatan dengan organisasi-organisasi lain ini juga

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>25</sup> Wawancara dengan Bapak Badrul Huda, tanggal 7 September 2020. Pukul 10.00

membawa brand image atas eksistensi lembaga. Seperti yang disampaikan

Bapak Galuh selaku waka humas MAM NU:

“Namanya organisasi pasti juga berinteraksi dengan organisasi yang lain. Pola interaksi ini kami jaga baik-baik. Artinya jangan sampai kita (MAM NU) mengecewakan, malah-malah keberadaan kami bisa bermanfaat bagi yang lain. Kita bekerjasama dan menjalin silaturahmi dengan baik antara lain dengan; polsek, Polres, Pemda Kabupaten/Kota, dinas pendidikan Kabupaten/Kota, dinas kebersihan Kota, PMI, dll. Wujudnya lebih pada kerjasama mutualisme di kedua pihak.”<sup>26</sup>

Dari penelusuran peneliti lewat akun facebook Pondok Nurul Ulum didapat bukti dokumen foto bahwa salah satu kerjasama adalah mewujudkan pesantren tangguh, dimana dihadiri oleh beberapa tokoh public dan pejabat pemerintahan.<sup>27</sup>



Gambar 4.8 kerjasama dengan wali kota, kapores, dan gugus penanganan covid 19 untuk mewujudkan pesantren tangguh di masa pandemic

---

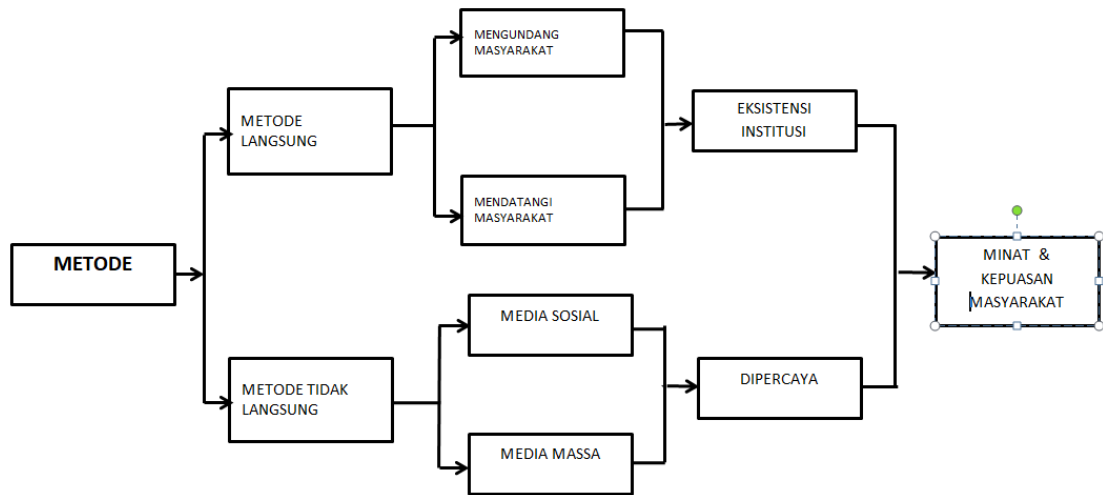
<sup>26</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>27</sup> Dokumen tentang pelaksanaan pesantren tangguh, diambil lewat facebook PP Nurul Ulum tanggal 21 september 2020

Dari uraian beberapa narasumber diatas, dapat diketahui bahwa pendekatan interaksi yang dilaksanakan oleh MA Ma'arif NU lebih mengedepankan kerjasama dengan organisasi lain yang sifatnya saling memberi kemanfaatan satu sama lain, selain itu jajaran pimpinan pondok Nurul Ulum yang menaungi MAM NU mempunyai hubungan interaksi yang baik dengan tokoh publik dan pejabat pemerintahan.

**b. Metode Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah lembaga pendidikan dengan system *boarding school* dibawah naungan pondok pesantren Nurul Ulum. Rutinitas pembelajaran santri adalah pada pagi sampai siang belajar di lembaga MA atau MTs sedangkan pada sore sampai malam para santri belajar di Madin. Sebagai lembaga public tentunya MA Ma'arif NU kota Blitar ingin selalu eksis dan dipercaya oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang mengusung nilai-nilai keaswajaan. Dalam membangun *brand image* lembaga, MA Ma'arif NU Kota Blitar menggunakan cara langsung dan tidak langsung. Cara langsung berarti langsung berhadapan dengan obyek yang dituju, sedangkan cara tidak langsung yaitu dengan perantara media. Metode dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:



Gambar 4.9 Skema temuan metode dalam Membangun *Brand Image* di MAM NU

### 1) Metode langsung

Adapun cara langsung yaitu dengan mengenalkan langsung kepada masyarakat untuk menunjukkan eksistensi lembaga terkait layanan pendidikan yang diselenggarakan.

#### a. Mendatangi masyarakat

M mendatangi masyarakat langsung adalah bagaimana madrasah hadir dan berbaur secara langsung ditengah-tengah masyarakat, hal ini seperti yang disampaikan bapak Galuh:

“Hadir ditengah masyarakat itu perlu ya pak, sebagai upaya proaktif kita berbaur dengan masyarakat luas. Misalnya kita setiap selapan hari tepatnya minggu wage sebagian santri diarahkan untuk menghadiri pengajian di Masjid Agung Alun-alun. Itu memang undangan dari ta’mir masjid agar sebagian santri untuk datang ke sana. Ya... mungkin

supaya rame atau apa kurang paham, tapi kan dampaknya kita dikenal masyarakat walaupun sifatnya cuma menghadiri pengajian, lagian yang ceramah sebagian juga pengajar dari pondok sini. Hal ini bertujuan juga untuk menunjukkan eksistensi madrasah ke masyarakat luas terutama masyarakat Blitar baik kota atau kabupaten”<sup>28</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Wahid, ketika diwawancarai peneliti beliau mengatakan:

“Mendatangi masyarakat adalah bagian dari cara mengenalkan madrasah ke khalayak atau public, sekaligus menegaskan bahwa madrasah adalah bagian dari pada masyarakat luas. Di Masjid Agung setiap minggu pagi memang rutin diadakan pengajian yang disebut “pengajian ahad pagi” dan yang bertugas ceramah sebagian besar dari ponpes sini. Untuk memeriahkan maka sebagian dari santri hadir disana pada minggu wage pagi. Ya yang kesana bergilir misal bulan ini kelas 10, maka selapan depan kelas 11, dan seterusnya.”<sup>29</sup>

Mendatangi masyarakat merupakan upaya proaktif madrasah agar dikenal, diketahui, diminati, dan dipercaya masyarakat, hal ini disampaikan Bapak Wahid:

“Mendatangi masyarakat merupakan upaya aktif kami untuk mengenalkan lembaga, selain itu ini juga merupakan ada nilai dakwah atau syiar Islam. Misalnya ada namanya program PKL. Bagi siswa kelas 12 yang akan lulus maka ada program wajib namanya PKL. Itu kami sebar para santri kami ke daerah Blitar selatan dan utara. Setiap desa ada 7-8 santri untuk mengabdikan tentang keilmuan agama ditempat tersebut. Mereka tinggalnya di mushola, masjid, dan atau madrasah. Di situlah anak-anak menyalurkan apa yang telah mereka pelajari terkait keilmuan agama di masyarakat, misalnya mereka menjadi muadzin sholat Jum’at, membantu mengajar TPQ/Madin, Imam yasin-tahlil, Imam istighosah, membantu perawatan jenazah, dan bahkan mereka

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>29</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

malah mengajar Les bagi anak-anak usia sekolah dasar. Intinya mereka mengabdikan di masyarakat selama 1,5 bulan. Masyarakat tempat PKL anak-anak juga sangat senang, bahkan ketika anak-anak selesai PKL dan pulang ke pondok malah diantar oleh masyarakat desa yang menjadi titik lokasi PKL tersebut.”<sup>30</sup>

Bapak Kyai Badaruddin juga menyampaikan tentang program PKL, yang mana dari program PKL bisa menjadi ukuran tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan pendidikan di pondok Nurul Ulum sekaligus cara membangun kesan atau brand ke masyarakat terkait keberadaan MAM NU:

“Dalam program PKL ini sangat membantu kami dalam syiar Islam dan juga mengenalkan Pondok Pesantren Nurul Ulum ke masyarakat luas. Ini juga bagian dari kami dalam membangun brand MAM NU. Mudah-mudahan program ini dapat berjalan terus pasca corona ini. Dari banyak informasi yang kami dapatkan bahwa kebanyakan masyarakat senang dan meminta tiap tahunnya diadakan kegiatan PKL ini. Dan untuk cakupan PKL ini hanya intern wilayah Blitar saja karena control kami lebih mudah.”<sup>31</sup>

Dokumen pemberangkatan PKL santri kelas XII di wilayah Blitar bagian selatan.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>31</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>32</sup> Dokumen pemberangkatan PKL



Gambar 4.10 Pemberangkatan PKL siswa kelas 12 ke wilayah Blitar bagian selatan.

Dari beberapa keterangan dari narasumber, dapat diketahui bahwa metode mendatangi langsung obyek yang dituju bertujuan untuk menunjukkan eksistensi madrasah ke masyarakat luas, menunjukkan bahwa madrasah merupakan bagian dari masyarakat, cara memasarkan lembaga pendidikan, bagian dari dakwah nilai-nilai Islam, dan bagian dari upaya proaktif madrasah untuk diminati masyarakat.

b. Mengundang masyarakat untuk datang ke MA Ma'arif NU

MA Ma'arif NU mengundang masyarakat sebagai wujud silaturahmi antara pihak madrasah dengan masyarakat. Hal ini disampaikan Bapak Wachid:

“Pihak madrasah/pondok dengan masyarakat tentu harus mempunyai hubungan yang harmonis, untuk itu kami juga melaksanakan kegiatan yang sifatnya mengundang masyarakat. Hal ini untuk menjalin tali silaturahmi kami dengan masyarakat. Untuk kegiatan yang sifatnya terbuka dimana masyarakat secara bebas datang kesini, itu belum



pernah kami lakukan. Ya maklum karena disini adalah lingkungan pondok pesantren. Ada beberapa hal yang kami lakukan yang sifatnya mengundang masyarakat luar misalnya; ketika pendaftaran santri baru itu orang tua juga diwawancarai, ketika acara wisuda kita juga mengundang wali santri, juga pada kegiatan Istighosah.”

Metode dengan mengundang masyarakat bertujuan agar masyarakat mengetahui secara nyata tentang semua hal terkait layanan yang ada di madrasah, hal ini disampaikan Bapak Galuh:

“Untuk mengundang masyarakat datang kesini..... ya tujuannya adalah agar masyarakat mengetahui secara nyata tentang program kegiatan madrasah, fasilitas yang ada, keunggulan lembaga kami dibanding sekolah lain. Jadi kami ingin masyarakat khususnya wali santri mengetahui secara pasti seperti apa MAM NU itu. Bukan hanya dapat informasi tentang MAM NU lewat “katanya orang” atau lewat media sosial saja. Hal semacam itu juga bisa kita manfaatkan untuk ajang promosi lembaga pak.... hehehe.”

Bapak Kyai Badaruddin menjelaskan bahwa untuk mempererat ikatan emosional dan menjalin silaturahmi yang baik antara wali santri dengan pihak pondok maka dilaksanakan beberapa kegiatan yang sifatnya mengundang para walisntri. Seperti yang beliau sampaikan:

“Rata-rata para walisntri hampir setiap minggu sekali menjenguk anaknya atau istilahnya ‘endang anake nek pondok’ kecuali yang luar pulau. Dalam hal administrasi keuangan, walisntri juga langsung datang ke ruang administrasi untuk menyelesaikan keuangan anaknya. Ini juga bisa kami manfaatkan sebagai media mempererat hubungan emosional dan menjalin silaturahmi yang baik antara pihak pondok dengan para walisntri. Dan juga..... bagian dari cara mengenalkan pendidikan yang ada di pondok ini khususnya MAM NU.”

Salah satu wali santri yang datang membayar administrasi keuangan anaknya ketika diwawancarai oleh peneliti mengatakan tentang kepuasan menyekolahkan anaknya di pondok Nurul Ulum:

“Puas pak, anak saya bisa jadi imam tahlil, pandai baca Qur’an, pandai baca kitab, dan yang pasti belajar disini aman karena anak saya disini 24 jam....sehingga terhindar dari pergaulan anak jaman sekarang yang sukanya ngopi di pinggir jalan itu.”<sup>33</sup>

Dari akun facebook Pondok Nurul Ulum didapat dokumen terkait agenda kegiatan yang sifatnya mengundang masyarakat yaitu tentang pelaksanaan Istighosah dan Doa awal tahun yang diikuti oleh para walisantri.<sup>34</sup>



Gambar 4.11 pelaksanaan Istighosah dan doa awal tahun di MAM NU

Dengan masyarakat atau walisantri datang langsung ke lembaga, harapannya masyarakat mengetahui secara langsung pelaksanaan pendidikan yang diselenggarakan di MAM NU. Sehingga masyarakat puas terhadap layanan pendidikan dan nantinya menjadi pelanggan setia. Bukti masyarakat

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan salah satu wali santri, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 10.00

<sup>34</sup> Dokumen pelaksanaan Istighosah dan doa awal tahun di MAM NU

mempunyai kesan positif adalah tidak adanya komplain terhadap pelaksanaan pendidikan, juga ada beberapa santri yang berasal dari luar daerah/pulau, dan beberapa santri yang masih mempunyai hubungan kekeluargaan.

## 2) Menggunakan metode tidak langsung

Metode tidak langsung adalah membangun *brand image* lembaga dengan memanfaatkan media social dan media masa.

### a. Media sosial

Media sosial dimanfaatkan Pondok Nurul Ulum khususnya MA Ma'arif NU untuk membangun kesan publik terhadap layanan jasa pendidikan yang diselenggarakan. Hal seperti yang disampaikan oleh Bapak Kyai Badaruddin:

“Dengan kami share program maupun kegiatan lewat media sosial, kami berharap bahwa warga masyarakat Blitar dan sekitarnya terkhusus warga nahdliyin percaya sepenuhnya atas layanan pendidikan yang kami selenggarakan. Jika warga nahdliyin sudah merasakan dalam arti mereka telah menyekolahkan anak-anaknya ke sini dan telah lulus, mudah-mudahan mereka puas dan mau merekomendasikan kepada saudaranya terhadap layanan pendidikan yang kami selenggarakan, walaupun kami juga membatasi jumlah penerimaan santri baru. Dan gini ya mas, salah satu keuntungan menggunakan media sosial adalah jangkauannya sangat luas, artinya informasi yang kami share dapat dilihat dari berbagai wilayah mengingat santri kita juga banyak yang di luar jawa.”<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

Hal diatas juga diperkuat oleh pernyataan Bapak Galuh yang diwawancarai peneliti di ruang kerjanya, beliau mengatakan:

“Ya.... keuntungan menggunakan medsos itu kan bisa tahan lama, dalam artian info yang di share tidak bisa hilang kecuali admin yang menghapusnya. Dan lewat media sosial itu kami share kegiatan anak-anak. Dengan harapan wali santri mengetahui apa yang dilakukan anak-anaknya disini. Supaya mereka tahu dan puas, kesan positif kan dapat diketahui dengan tingkat kepuasan para wali santri. Kalau dibilang puas, mungkin para wali santri juga puas pak. Terbukti banyak yang masuk ke MA itu adik-kakak, ada juga yang kakaknya lulus selanjutnya adiknya disekolahkan ke sini. Itu ada yang dari Kalimantan 5 santri, dulu pernah ketemu saya ternyata ketika saya tanya masih ada hubungan family mereka.”<sup>36</sup>

Melalui media sosial, ponpes Nurul Ulum ingin mempertegas bahwa selain belajar ilmu agama juga diajarkan ilmu umum dan keterampilan. Hal ini disampaikan Bapak Kyai Badaruddin:

“Keuntungan belajar disini adalah para santri sambil mondok juga belajar di sekolah formal. Jadi istilahnya dapat dua-duanya dalam muatan pembelajaran ilmu agama dan juga ilmu umum. Para santri juga belajar ke-Aswajaan yang itu sangat berguna di masyarakat kelak. Opini ini yang kami bangun adalah anak-anak mondok, sekolah formal, dan belajar ke-NU an. Ya inilah branding yang kita tampilkan di masyarakat melalui media-media sosial.”<sup>37</sup>

Mamluatul Hasanah salah satu alumni yang sekarang kuliah di IAIN Kediri menyampaikan akan kepuasan belajar di MA Ma’arif NU Kota Blitar:

“Saya alumni MAM NU, saya kenal dan tahu MAM NU itu lewat media sosial seperti youtube dan FB, saya lihat program dan

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>37</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

kegiatannya bagus. Maka saya memutuskan untuk menimba ilmu di MAM NU. Kesan saya terhadap pendidikan di MAM NU.... puas lah. Karena pondoknya keren... baik dari pembelajarannya dan juga bangunannya.”<sup>38</sup>

Dari informasi yang disampaikan oleh narasumber diatas dapat diketahui bahwa melalui media sosial setiap program dan kegiatan dishare ke publik sehingga masyarakat bisa mengetahui dan paham apa yang dilakukan para santri. Jadi masyarakat mengetahui persis bahwa anak-anak belajar ilmu agama, pelajaran umum, keterampilan, dan belajar keaswajaan dengan sistem pendidikan menggunakan tipe *boarding school*.

#### b. Media Massa

Media massa adalah media yang bisa digunakan untuk komunikasi satu arah dengan masyarakat luas, dalam artian masyarakat hanya menerima informasi tanpa bisa berkomunikasi dengan pengirim informasi. Mengenalkan madrasah dengan media massa dianggap paling efektif karena jangkauannya bisa keseluruh wilayah Indonesia, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Ada istilah “tak kenal maka tak sayang” begitu juga lembaga kami, walaupun untuk masyarakat Blitar sudah tentu banyak yang kenal tetapi kami ingin lain daerah juga kenal dengan kami, bahkan sampai ke luar jawa. Maka saluran yang mudah kita gunakan adalah media massa.”<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Mamluatul Hasanah via online, tanggal 21 September 2020. Pukul 14.30

<sup>39</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Beliau juga menambahkan tentang pemanfaatan media massa saat ini masih relevan sebagai sarana membangun brand image madrasah:

“Informasi yang kami sampaikan ke public itu dengan berbagai media, salah satunya juga dengan memanfaatkan media massa. Walaupun saat ini yang paling populer adalah media sosial tetapi media massa juga masih relevan, artinya segmen pasar madrasah/pondok ini merupakan individu yang beragam.... jadi media yang kami gunakan juga beragam supaya informasi dari kami mampu sampai kepada masyarakat luas wabil kusus kepada warga nahdliyin.”<sup>40</sup>

Hal senada juga telah disampaikan oleh Bapak Maliki sebagai kepala bidang tata usaha MA Ma’arif Kota Blitar, beliau mengatakan:

“Untuk mengenalkan MAM NU ke publik secara luas, kita juga memanfaatkan media massa. Kita semua tahu jika semua lembaga pendidikan saat ini selalu memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan diri kr masyarakat luas. Bisa diibaratkan sekarang ini media sosial adalah ajang perang informasi antar lembaga pendidikan. Berjubel informasi terkait informasi tentang lembaga pendidikan sekarang ada di media sosial. Bisa saya katakana persaingan informasi di media sosial sangat ketat, jadi upaya media massa adalah alternative menghindari perang pemasaran pendidikan yang ada di media sosial.”<sup>41</sup>

Media massa yang digunakan untuk membangun brand image oleh MA Ma’arif NU Kota Blitar diantaranya adalah televisi dan radio dengan alasan bahwa media tersebut sudah menjadi bagian hidup masyarakat, hal ini disampaikan oleh Bapak Wahid:

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Moch. Maliki, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 09.00

“Televisi maupun radio adalah media massa yang sudah menyatu dengan masyarakat...., artinya masyarakat secara gratis bisa menikmati layanan televise dan radio.... untuk itu kami tidak menyia-nyiakannya sebagai wadah mempublikasikan dan memasarkan madrasah ke masyarakat nahdliyin secara luas. Dan juga.... baik televise atau radio itu jangkauannya kan luas sampai ke berbagai pelosok. Jadi saluran TV dan radio masih relevan lah.....”<sup>42</sup>

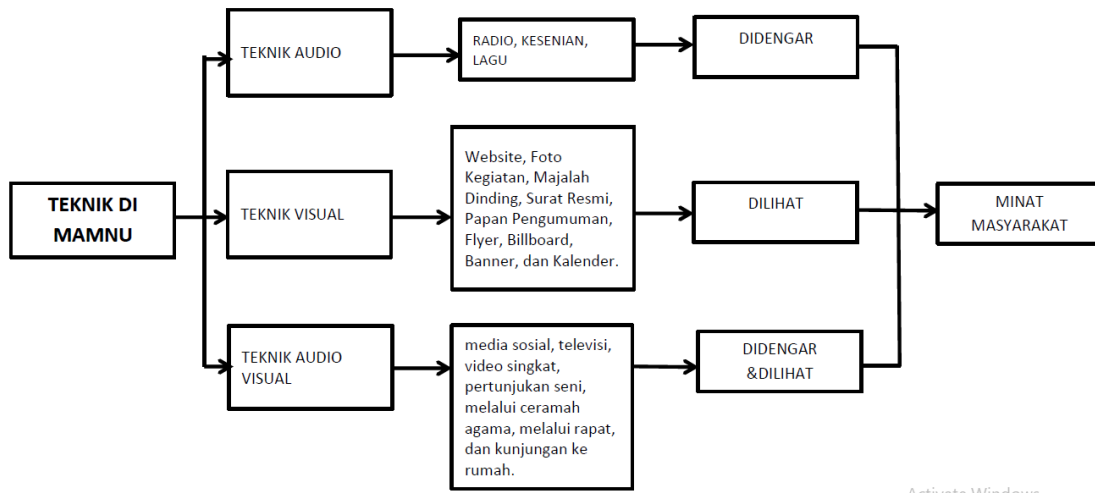
Dari paparan informasi yang disampaikan oleh beberapa narasumber diatas dapat diketahui bahwa Pondok Nurul Ulum kususnya MAM NU mengenalkan lembaga pendidikan dengan media massa dirasa masih relevan, baik dalam hal biaya dan juga jangkauannya yang mampu sampai keseluruh wilayah Indonesia mengingat santri Pondok Nurul Ulum juga berasal dari berbagai daerah.

### **c. Teknik dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma’arif NU Kota Blitar**

Ma Ma’arif NU Kota Blitar adalah lembaga pendidikan berbasis NU dengan tipe pondok pesantren. MA Ma’arif NU juga dikelola secara modern tetapi tidak meninggalkan nilai-nilai budaya dan tradisi warga nahdliyin. Bisa dikatakan bahwa MA Ma’arif merupakan pendidikan tipe boarding school untuk mewadahi masyarakat NU di daerah Blitar dan sekitarnya. Dalam teknik membangun brand image lembaga di MA Ma’arif NU Kota Blitar terdapat tiga teknik yaitu visual, audio, dan audio visual. Skema temuan teknik yang dilaksanakan di MAM NU dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30



Gambar 4.12 skema temuan teknik dalam membangun brand image di MAM NU.

### 1) Teknik Visual/tampilan

Ada beberapa teknik visual yang dilakukan oleh MAM NU dalam membangun brand image lembaga diantaranya pemanfaatan website, pameran madrasah, foto kegiatan, majalah dinding, surat, papan pengumuman, flyer, billboard, banner, dan kalender.

#### a. Website

Sejak munculnya internet Pondok Nurul Ulum sudah membuat website, hal tersebut dilakukan sebagai sarana informasi ke masyarakat luas. Hal ini disampaikan Bapak Badrul Huda selaku sekretaris direktorat Pondok Nurul Ulum:

“Untuk saat ini website memang sudah menjadi barang wajib bagi lembaga pendidikan dan alhamdulillah kami telah mempunyai itu sejak awal munculnya internet. Yang mengoperasikan adalah bagian TU

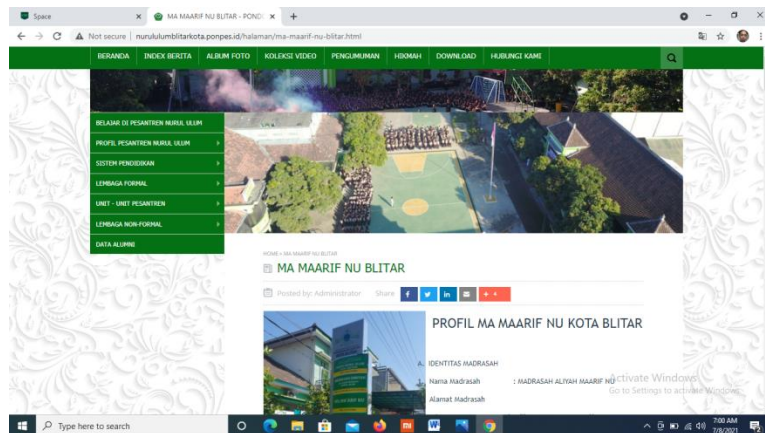


pusat tentu semua atas kerjasama dengan humas masing-masing (MA dan MTs), misal jika humas MA ingin menginformasikan suatu berita maka beliau langsung komunikasi dengan TU pusat (TU direktorat). Juga pada MTs, jadi hal-hal yang ada ditingkat MA dan MTs semua terwadahi oleh website pusat yaitu kepengurusan direktorat Pondok.”<sup>43</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Galuh ketika diwawancarai peneliti diruang kerjanya, beliau mengatakan:

“Dalam website ini kita sampaikan tentang sejarah, profil, data pondok, kepengasuhan, struktur pengelolaan, berita utama, program kegiatan santri, dll. Beberapa informasi sangat penting kami sampaikan kepada publik agar masyarakat mengetahui berbagai hal yang ada di pondok ini termasuk eksistensi MA dan MTs.”<sup>44</sup>

Hasil observasi peneliti terkait web resmi MA Ma’arif NU Kota Blitar dalam domain PP Nurul Ulum.<sup>45</sup>



Gambar 4.13 Website resmi milik MA Ma’arif NU Kota Blitar.

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak Badrul Huda, tanggal 7 September 2020. Pukul 10.00

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>45</sup> Observasi terkait akun web MA Ma’arif NU Kota Blitar, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 14.30

Hal yang disampaikan Bapak Galuh juga diperkuat oleh observasi yang dilakukan peneliti di web resmi Pondok Nurul Ulum. Konten web resmi pondok Nurul Ulum berisi sejarah, profil, data pondok, kepengasuhan, struktur pengelolaan, berita utama, program kegiatan santri, dll.<sup>46</sup>

b. Foto kegiatan

Setiap kegiatan didokumentasikan, jika ada foto yang menarik maka dipajang di mading, facebook, dan instagram. Hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Dari masing-masing MA dan MTs jika ada kegiatan yang sifatnya individu (MTs sendiri dan MA sendiri) atau yang sifatnya bersama (jadi satu) itu selalu didokumentasikan. Foto yang dianggap menarik dan dan berciri khas lembaga kami maka dipajang di mading atau di share di facebook dan instagram. Tentu dari masing-masing waka humas mempunyai pertimbangan mana foto yang layak di share ke publik dan mana yang tidak.”<sup>47</sup>

Bukti dokumen kegiatan belajar santri di MA Ma’arif NU kota Blitar yang di unggah di media sosial.<sup>48</sup>



<sup>46</sup> Observasi tanggal, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 13.30

<sup>47</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>48</sup> Dokumen foto kegiatan di MA Ma’arif NU Kota Blitar

Gambar 4.14 Kegiatan belajar santri di MA Ma'arif NU Kota Blitar yang dishare di media

c. Majalah dinding

Untuk membangun brand internal lembaga terdapat 4 mading untuk menempel info atau kabar penting, Hal ini disampaikan Bapak Galuh:

“Sekitar ada 4 tempat mading yang letaknya diteras kelas. Biasanya oleh kapala TU digunakan untuk menempel informasi penting baik dari MA, MTs, Madin atau dari pengelola Ponpes. Yang sering madding digunakan ajang kreasi santri misalnya karya kaligrafi, karya puisi, foto-foto unik juga ada, dan juga foto kegiatan santri.”<sup>49</sup>

Observasi yang dilaksanakan peneliti terait papan mading sebagai media kreasi santri.<sup>50</sup>



Gambar 4.15 Papan Mading sebagai sarana kreatifitas siswa

d. Surat resmi lembaga

Surat sebagai brand lembaga karena pada kop surat terdapat atribut-atribut lembaga, hal ini disampaikan Bapak Wahid:

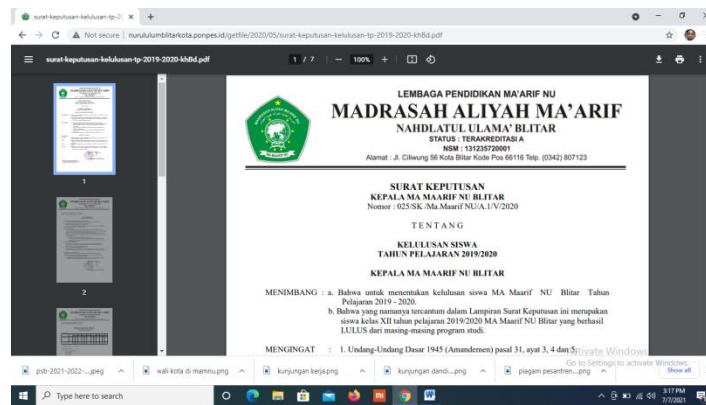
---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>50</sup> Observasi pada tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 12.00

“Untuk surat baik MA, MTs, Madin, atau Pondok Nurul Ulum mempunyai kewenangan resmi masing-masing. Maka ada beberapa keterangan yang tercantum dalam kop surat misalnya; nama institusi, alamat, no telepon, logo, peringkat akreditasi, email, dsb. Dalam kop surat memang sengaja kami lengkapi detailnya supaya yang membaca jelas tentang lembaga ini. juga stempel itu masing-masing kan berbeda, karena masing-masing mempunyai kewenangan dan hak sendiri-sendiri.”<sup>51</sup>

Bukti dokumen tentang surat resmi MA Ma’arif Udanawu yang pada kop surat terdapat keterangan lembaga.<sup>52</sup>



Gambar 4.16 Surat resmi madrasah sebagai identitas dan brand madrasah.

e. Papan pengumuman

Di depan ruuag TU terdapat papan pengumuman yang digunakan untuk menempel informasi-informasi penting, Bapak Badrul Huda mengatakan:

“Untuk didepan ruang TU pondok itu ada papan pengumuman. Masing-masing kepala TU baik dari unsur MA, MTs, Madin, kepengurusan Pondok sering menempel info-info penting. Karena

<sup>51</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>52</sup> Dokumen surat lembaga MA Ma’arif NU Kota Blitar

disini kan sistemnya santri mukim 24 jam dan tidak ada yang bawa HP maka setiap informasi kami tempel di papan pengumuman. Hal-hal yang sering ditempel di papan pengumuman antara lain tentang pelaksanaan UTS, UAS, pengumuman penyelenggaraan acara hari besar agama dan nasional, dan pengumuman penting lainnya. Walaupun ada papan pengumuman, pengasuh asrama baik putra dan putri juga menyampaikan kepada para santri jika ada info dari tingkat MA, MTs, Madin, dan Pondok.”<sup>53</sup>

Hasil observasi peneliti tentang keberadaan papan pengumuman yang ada di MA MA'arif NU Kota Blitar.<sup>54</sup>



Gambar 4.17 Papan pengumuman sebagai sarana memberi informasi santri

#### f. Flyer

Flyer dibuat pada momen hari besar keagamaan atau nasional, atau juga untuk apresiasi terhadap individu/organisasi yang mencapai prestasi tertentu, hal ini disampaikan Bapak Galuh:

“Untuk flyer yang sering dari pihak administrasi pondok, biasanya untuk apresiasi hari besar agama atau nasional, ucapan belasungkawa jika ada tokoh publik yang meninggal, ucapan selamat kepada seseorang atau lembaga yang telah mencapai keberhasilan sesuatu.

<sup>53</sup> Wawancara dengan Bapak Badrul Huda, tanggal 7 September 2020. Pukul 10.00

<sup>54</sup> Observasi tanggal 19 Agustus 2020, pada pukul 12.00

Biasanya di upload di instagram, facebook, juga grup WA, juga dijadikan boom status bagi segenap personil pondok ini.”<sup>55</sup>

Bukti dokumen flyer yang didapat peneliti dari akun facebook MTs-MA Ma’arif NU Kota Blitar.<sup>56</sup>



Gambar 4.18 Flyer sebagai media membangun brand di masyarakat

g. Billboard

Bilboard dibuat dan dipajang di beberapa titik jalan utama Kota Blitar sebagai info PPDB, hal ini disampaikan Bapak Galuh:

“Kami juga buat billboard yang kami pasang di beberapa titik di Kota Blitar. Fungsinya sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada publik. Misalnya ketika musim PPDB. Kami memilih billboard karena informasi singkat dan jelas, dan dianggap tepat sasaran bagi masyarakat yang lewat didepan billboard karena langsung membaca informasi. Papan billboard sendiri juga kami pasang di tempat yang strategis.”<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>56</sup> Dokumen flyer tentang ucapan selamat menjalankan puasa yang diperoleh peneliti mealui akun facebook MTs-MA Ma’arif NU Kota Blitar.

<sup>57</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Bukti dokumen billboard yang terdapat foto KH. M Abdul Ghofur sebagai Pembina PP Nurul Ulum Kota Blitar.<sup>58</sup>



Gambar 4.19 Billboard sebagai media membangun brand lembaga

h. Banner

Banner dibuat pada momen-momen tertentu, Hal ini yang disampaikan Bapak Galuh ketika diwawancarai di ruang kerjanya, beliau mengatakan:

“Kami buat banner ketika ada acara-acara tertentu. Misalnya waktu akan diselenggarakan gebyar sholawat, kunjungan wagub, kunjungan kapolres, kunjungan walikota, biasanya kami pasang didalam pondok dan dipintu gerbang masuk pondok. Kami juga buat banner bagi siswa yang menang juara ditingkat wilayah dan juga nasional, misal dulu pemenang lomba kaligrafi, pemenang lomba olimpiade sains, dll.”<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Billboard sebagai media membangun brand image PP Nurul Ulum.

<sup>59</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Bukti dokumen banner dalam rangka peresmian pesantren tangguh di MA Ma'arif NU Kota Blitar.<sup>60</sup>



Gambar 4.20 Banner sebagai media informasi dan promosi

i. Kalender

Setiap tahun pengurus pondok membuat kalender yang berfungsi untuk mengenalkan lembaga ke masyarakat luas, hal ini disampaikan Bapak Galuh:

“Kalender selalu kami buat tiap tahunnya. Kalender fungsinya sebagai sarana mengenalkan lembaga ke masyarakat dan warnanya hijau pak.... hehehehe ciri khas NU. Dalam kalender kami cantumkan logo lembaga (MA, MTs, Pondok Nurul Ulum), profil lembaga, foto-foto kegiatan, alamat lembaga, nomer telepon, dan hal-hal terkait keberadaan lembaga. Kalender kami salurkan kepada seluruh santri, personil pondok, tokoh-tokoh publik sekitar sini, dan kolega-kolega pondok.

---

<sup>60</sup> Banner ketika dilaksanakan pesantren tangguh di PP Nurul Ulum



Untuk kalender antara MA, MTs, Madin terintegrasi atas nama pondok pesantren Nurul Ulum.”<sup>61</sup>

Bukti dokumen kalender PP Nurul Ulum yang terdapat keterangan lengkap tentang MA Ma’arif NU Kota Blitar.<sup>62</sup>



Gambar 4.21 Kalender sebagai cara mengenalkan lembaga ke masyarakat

Informasi-informasi diatas menunjukkan bahwa pemanfaatan media website, pameran madrasah, foto kegiatan, majalah dinding, surat, papan pengumuman, flyer, billboard, banner, dan kalender untuk mengenalkan ke masyarakat luas tentang program, kegiatan, dan prestasi lembaga. Usaha tersebut dilakukan untuk menjaga posisi pondok Nurul Ulum khususnya MAM NU di benak

<sup>61</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>62</sup> Kalender PP nurul Ulum yang muatan didalamnya terdapat keterangan lengkap mengenai MA Ma’arif NU Kota Blitar

masyarakat sebagai lembaga pendidikan berbasis NU agar selalu diminati warga nahdliyin.

## 2) Teknik dengan media audio

Teknik dengan media audio adalah dengan penggunaan media suara dalam membangun brand lembaga, diantaranya adalah menggunakan radio, kesenian, dan lagu.

### 1. Radio

Radio lokal juga dimanfaatkan untuk mengenalkan lembaga dan juga sarana pendidikan masyarakat, seperti yang disampaikan Bapak Wahid:

“Radio memang salah satu yang kami gunakan dalam media publikasi dan pendidikan bagi masyarakat. Untuk publikasi misalnya waktu PPDB, kita pakai jasa radio lokal seperti “Suara NU”. Caranya oleh waka humas membuat konten dulu biasanya aktornya beberapa santri jika sudah jadi maka diantar ke radio. Dalam membuat konten itu juga anak-anak yang aktif membuatnya jadi waka humas tinggal mengkoreksi. Untuk radio sebagai sarana pendidikan masyarakat itu gini pak, beberapa ustad yang kebetulan da'i itu juga sering mengisi acara pengajian di stasiun radio sekitar Blitar. Biasanya kan disebutkan oleh penyiarinya, bahwa mengisi ceramah dari pondok Nurul Ulum.”<sup>63</sup>

### 2. Kesenian

Adanya grup sholawat Banjari yang sering tampil juga bagian dari membangun brand lembaga, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Anak-anak itu punya kumpulan sholawat banjari dimana mereka sering menang dalam festival. Beberapa kali dalam acara tertentu juga

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

sering tampil. Miksal dulu pas pengajian di masjid agung alun-alun itu mereka manggung sebagai pengisi pra acara. Juga sekalian apablia para guru atau personil pondok punya hajat juga mengundang grup sholawat banjari anak-anak. Pengasuh memperbolehkan anak-anak tampil sholawatan keluar pondok asal tidak jam efektif pembelajaran.”<sup>64</sup>

Bukti dokumen foto grup sholawat MA Ma’arif NU Kota Blitar ketika mengikuti festival rebana di Pacet Mojokerto.<sup>65</sup>



Gambar 4.22 Grup sholawat MA Ma’arif NU Kota Blitar

### 3. Lagu

Pada momen-momen tertentu seperti wisuda, grup paduan suara sering melantunkan lagu-lagu yang religi yang lagi viral. Hal ini disampaikan oleh Bapak Wahid:

“Lagu yang sering dinyanyikan anak-anak itu ya.... lagu yalal wathon atau sholawatan yang lagi viral di media sosial. Pokoknya nuansa ke NUan para santri dengan sendirinya bisa kok. Untuk lagu brand pondok itu belum ada. Tetapi yaitu, jika ada lagu-lagu yang viral di kalangan warga Nahdliyin maka para santri itu bisa dan hafal dengan sendirinya. Misal pas wisuda itu grup paduan suara itu kreatif menyanyikan lagu-lagu yang lagi hitz di masyarakat. Beberapa ibu-ibu guru juga membuat lagu, ya mungkin sebagai asyik-asyikan saja, tetapi

<sup>64</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>65</sup> Dokumen foto grup sholawat MA Ma’arif NU Kota Blitar

itu kan secara tidak langsung bisa dijadikan brand lembaga dan itu bisa jenengan cek di akun youtube pondok pak”<sup>66</sup>

Dokumen video lagu yang ada di akun youtube PP Nurul Ulum Kota Blitar.<sup>67</sup>



Gambar 4.23 Kesenian lagu sebagai media mengenalkan lembaga

Dari informasi yang disampaikan oleh narasumber dapat diketahui bahwa teknik audio dengan memanfaatkan radio dalam membangun brand lembaga adalah dengan cara ceramah agama oleh para ustad pondok dan penyampaian info PPDB. Grup sholat yang sering tampil dalam acara-acara tertentu juga sebagai sarana membangun brand lembaga.

### 3) Teknik dengan media audio visual

Teknik dengan media audio visual adalah dengan penggunaan media suara dalam membangun brand lembaga, diantaranya adalah melalui media sosial (youtube, instagram, facebook, dan whatsapp), televisi, video singkat,

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>67</sup> Dokumen lagu “miss you ya auladi” lantunan ibu guru PP Nurul Ulum

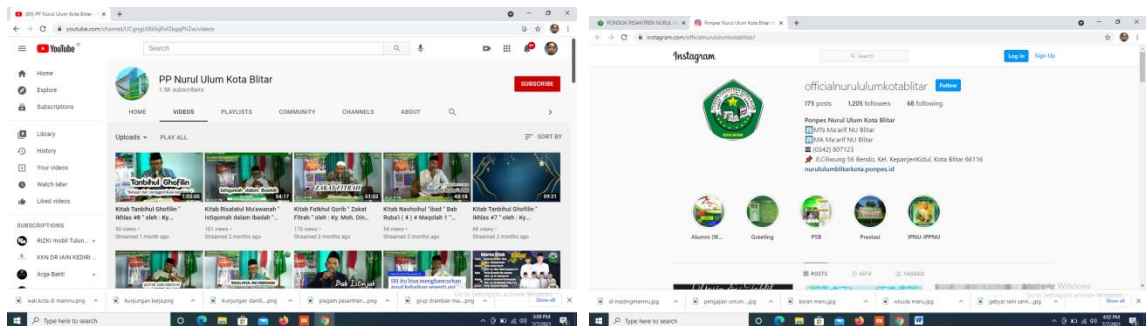
pertunjukan seni, melalui ceramah agama, melalui rapat, dan kunjungan ke rumah.

a. Melalui akun youtube, instagram, facebook, dan whatsapp.

Saat ini media sosial (youtube, instagram, facebook, dan whatsapp) adalah hal yang sangat lazim digunakan untuk membangun brand lembaga, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh ketika diwawancarai peneliti:

“Media sosial memang sudah mewabah saat ini. Kita juga ikutan disitu supaya tidak ketinggalan zaman. Kami menggunakan media sosial dalam membangun brand “mondok sambil sekolah” seperti lembaga-lembaga lain kami memanfaatkan sarana media sosial seperti youtube, fecebook, instagram, dan whatsapp. Tapi kami tidak sepenuhnya bertumpu pada media sosial karena yang utama adalah kualitas pendidikannya, jika pelaksanaan pendidikan itu bagus dan berkualitas maka tanpa gembor-gembor di media sosial maka tidak masalah.”<sup>68</sup>

Hasil bukti dokumen penelitian terkait akun media sosial milik PP Nurul Ulum.<sup>69</sup>



Gambar 4.24 Akun youtube dan instagram PP Nurul Ulum Kota Blitar

<sup>68</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>69</sup> Dokumen screenshot akun youtube dan instagram PP Nurul Ulum

Channel youtube merupakan media social yang paling sering dimanfaatkan sebagai media untuk menunjukkan kegiatan-kegiatan yang ada di MA Ma'arif, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Channel youtube juga ada pak, ya kegiatan-kegiatan biasanya kami dokumentasikan (divideo) setelah itu kami upload di youtube. Ya supaya masyarakat mengetahui akan kegiatan disini. Profil MA, MTs, Madin, Pondok juga kami upload lengkap di youtube. Di era digital ini kan orang malas ya pak datang ke pondok untuk cari informasi tentang keberadaan pondok, oleh karena itu sedapat mungkin channel youtube kami buat seefektif mungkin.”<sup>70</sup>

Facebook juga dimanfaatkan untuk mengenalkan lembaga kepada masyarakat luas, hal ini disampaikan oleh Bapak Maliki:

“Dalam mengenalkan lembaga, kita juga memakai sarana facebook. Facebook dikendalikan oleh bagian administrasi pusat (pondok). Itu memang satu payung PP Nurul Ulum. Jadi apa saja kegiatan di MA, MTs, Madin jika dirasa penting dan menarik maka didokumentasikan selanjutnya dipilah-pilah untuk dishare via facebook.”<sup>71</sup>

Status WA yang disebut dengan istilah Bom status merupakan media untuk membangun brand lembaga, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Juga pakai status WA, kami menamakan Bom Status. Jadi ketika ada info yang penting itu sengaja semua personil pondok memposting status WA yang sama terkait info tersebut. Dengan langkah tersebut info-info penting itu bisa dibaca oleh siapa saja yang menyimpan nomor WA personil Pondok.”<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>71</sup> Wawancara dengan Bapak Moch. Maliki, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 09.00

<sup>72</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Akun instagram juga sebagai sarana mempublikasikan madrasah kepada masyarakat, hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Akun instagram kita juga punya, saya kira penggunaan instagram adalah cara yang paling efektif. Jadi kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan didokumentasikan selanjutnya kita unggah melalui instagram. Ya misalnya kemarin pas pak wagub berkunjung ke sini, peresmian pesantren tangguh oleh kapolres, lomba lalaran hari santri, ziarah wisata ke makam walisongo, pelantikan PK MTs dan MA IPNU IPPNU maarif NU, atau peringatan hari besar agama dan nasional. Untuk instagram itu targetnya adalah anak muda, karena instagram itu hal yang sangat familiar dan masing-masing anak muda pastinya banyak yang punya akun instagram.”<sup>73</sup>

Sesuai hasil observasi yang telah dilakukan peneliti pada alamat link <https://www.youtube.com/channel/UCgngUt8i0iijRxf2kkgqPhZw/videos> dan <http://nurululumblitarkota.ponpes.id/download.html#> bahwa akun media sosial milik pondok Nurul Ulum dalam kondisi aktif dan diisi tentang program, kegiatan, dan prestasi capaian lembaga.<sup>74</sup>

#### b. Televisi

Televisi local pernah meliput kegiatan pondok Nurul Ulum, yang diliput adalah keseluruhan instansi pondok seperti MA, MTs, dan Madin. Hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Untuk TV yang meliput kita adalah TV local. Kita sendiri tidak pernah meminta atau menawarkan diri ke stasiun TV. Ya....TV tingkat karisedanan Kediri. Yang diliput memang secara keseluruhan mulai

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>74</sup> Observasi pada tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 13.30

dari MA, MTs, Madin atas nama pondok Nurul Ulum. Jadi yang diliput lebih kepada hal-hal dalam pondok yang didalamnya ada instansi MA, MTs, Madin, Asrama. Yang diliput antara lain program kegiatan santri, keseharian santri, dan juga profil tentang pondok secara lengkap.”<sup>75</sup>

c. Video singkat

Video berdurasi pendek sekitar 5-7 menit dibuat untuk brand lembaga, hal ini disampaikan Bapak Maliki ketika diwawancarai di ruang kerja beliau:

“Kita sering buat video pendek, biasanya yang buat tim tata usaha pondok pusat. Video dibuat singkat dengan durasi 5-7 menit. Fungsinya untuk mengenalkan lembaga ke masyarakat luas. Video kami anggap media yang efektif karena bisa tersalurkan via youtube, facebook, instagram, dan juga whatsapp. Jadi tentang program, kegiatan, prestasi, profil lembaga itu divideokan dan disebar via tersebut.”<sup>76</sup>

d. Pertunjukan seni

Pertunjukan seni para santri ditampilkan pada kegiatan akhirusannah dan juga pada pra acara wisuda, pertunjukan tersebut juga bisa dilihat live di media sosial. Hal ini disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Kita setiap tahun selalu mengagendakan haflah akhirusannah, dimana selalu diisi ceramah agama oleh tokoh NU yang lumayan punya nama. Pada acara tersebut juga ada tampilan para santri sebagai ajang kreativitas. Tapi ini hanya ditonton oleh para santri, perwakilan wali santri, dan personil pondok. Disisi lain juga live youtube supaya alumni dan masyarakat luas bisa mengetahui acara tersebut. Kami juga mengadakan acara wisuda, dimana pas pra acara di isi pertunjukan seni

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Moch. Maliki, tanggal 26 Agustus 2020. Pukul 09.00



oleh anak-anak. Na... ketika wisuda kita mengundang walisantri kelas 9 dan 12. Yang hadir pas wisuda ya 1200 santri ditambah kami personil pondok sekitar 260 an (guru dan karyawan), dan juga wali santri yang anaknya di wisuda. Jadi ini halaman pondok ini penuh.”<sup>77</sup>

Keterangan diatas sesuai bukti dokumen berupa foto yang didapat peneliti terkait pelaksanaan gebyar seni santri di MA Ma’arif NU Kota Blitar<sup>78</sup>



Gambar 4.25 Pertunjukan seni yang dilaksanakan oleh MA Ma’arif NU Kota Blitar

e. Melalui ceramah agama

Ceramah agama juga merupakan salah satu teknik dalam membangun brand image lembaga, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Wahid:

“Lembaga ini memang system pendidikan berbasis pesantren dan NU pula. Personil yang ada di pondok ini rata-rata keilmuan agamanya lumayan bagus. Dengan jumlah personil 150 ustad dan 60% dari mereka adalah tokoh agama di kampungnya. Ceramah yang dilakukan beliau-beliau itu pasti membaawa brand bagi lembaga ini. orang akan beranggapan.... pak kyai yang ceramah ini dari pondok Nurul Ulum.

<sup>77</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>78</sup> Dokumen foto kegiatan gebyar santri

Dan ada juga yang lumayan dikenal di wilayah Blitar dan sekitarnya seperti kyai Sulthon, kyai Badarudin, dan Kyai Nasrudin.”<sup>79</sup>

Dokumen ceramah agama yang dilakukan KH. Ahmad Sulthon (beliau adalah pengajar di MA Ma’arif NU Kota Blitar)<sup>80</sup>



Gambar 4.26 Ceramah agama oleh Kyai Ahmad Sulthon salah satu guru MA MA’arif NU

f. Melalui rapat

Aula milik pondok Nurul Ulum sering digunakan rapat oleh para pengurus NU, pejabat pemerintahan, dan tokoh agama. Ini disampaikan oleh Bapak Badrul Huda:

“Walaupun pondok itu identik dengan pendidikan yang tertutup, tetapi pondok ini kan kepunyaan NU. Jadi aula kita itu sering dijadikan rapat oleh PC NU baik Kabupaten dan Kota. Rapatnya juga kadang dengan pejabat pemerintah. Seperti untuk persiapan pesantren tangguh masa

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>80</sup> Dokumen pelaksanaan ceramah agama oleh KH. Ahmad Sulthon

covid ini, sering sekali rapat antara direktorat, pengurus LP Ma'arif, kapolres, dandim, dan tim dari dinas kesehatan.”<sup>81</sup>

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapat peneliti tentang kegiatan rapat dalam mewujudkan pesantren tangguh di PP Nurul Ulum.<sup>82</sup>



Gambar 4.27 Rapat dengan dinas setempat dalam mewujudkan pesantren tangguh

g. Kunjungan ke rumah

Ada kegiatan anjongsana antar personil pondok Nurul Ulum setiap selapan hari (36 hari), hal tersebut untuk mempererat tali silaturahmi antar personil. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Galuh:

“Kita melaksanakan anjongsana ke rumah-rumah personil pondok bergiliran setiap selapan hari (36 hari). Acaranya ada tahlil untuk mendoakan para ustad atau pendiri pondok yang telah meninggal dan juga ada mauidoh khasanah. Guna kegiatan ini adalah menyambungkan tali silaturahmi antar personil pondok sekitar 260 orang, dilain hal juga mengenalkan kepada masyarakat sekitar yang berketempatan tentang pondok kami.”<sup>83</sup>

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Badrul Huda, tanggal 7 September 2020. Pukul 10.00

<sup>82</sup> Dokumen pelaksanaan rapat di PP Nurul Ulum dalam mewujudkan pesantren tangguh.

<sup>83</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Dokumen foto pelaksanaan kegiatan kunjungan ke rumah-rumah guru secara bergilir dapat dilihat pada gambar dibawah.<sup>84</sup>



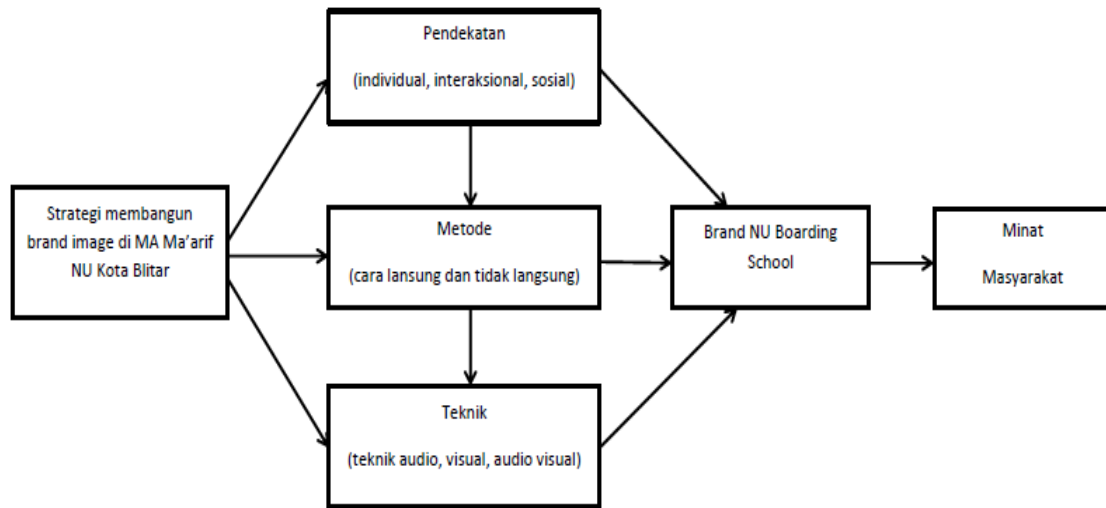
Gambar 4.28 Kegiatan kunjungan ke rumah

Teknik yang digunakan dalam audio visual diantaranya melalui media sosial, televisi, video singkat, pertunjukan seni, melalui ceramah agama, melalui rapat, dan kunjungan ke rumah. Hal-hal tersebut dilakukan agar Pondok Nurul Ulum dan khususnya MAM NU mempunyai brand positif dimata khalayak umum. Dari beberapa teknik diatas yang dianggap efektif adalah menggunakan saluran media sosial karena saat ini setiap orang mempunyai handphone yang bisa digunakan untuk mengakses media online.

**d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**

---

<sup>84</sup> Dokument pelaksanaan kegiatan anjangsana antar personil MA Ma'arif NU Kota Blitar.



Gambar 4.29 Skema temuan Brand image yang dibangun MA Ma'arif NU Kota Blitar

### 1. Kekuatan MA Ma'arif NU Kota Blitar

MA Ma'arif NU Kota Blitar memiliki beberapa kelebihan yang bisa dijadikan penopang terhadap brand image lembaga di masyarakat diantaranya: lokasi, biaya pendidikan, sumber daya manusia, dan produk lulusan.

#### a) Tempat

MAM NU berada di jalan ciliwung no 56 desa Bendo kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar dimana lokasi jalan MAM NU mudah untuk diakses dan berada disebelah utara pusat kota Blitar. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Galuh:

“Dari segi tempat, kita berada disebelah utara alun-alun, artinya tidak jauh dari pusat kota Blitar. Ini merupakan keuntungan karena tempat ini mudah diakses. Jalannya sudah bagus dan mudah diketahui oleh semua orang yang ingin datang kesini. Lagian tempat kita juga sangat

familiar, anda tanya orang sekitar sini.... mana pondok Nurul ulum? Itu pasti semua orang sudah tahu.”<sup>85</sup>

Bapak Wachid selaku kepala madrasah beliau menambahkan terkait lokasi MAM NU yang akses jalannya mudah dijangkau:

“Jalan menuju ke tempat kita cukup mudah pak, kita juga pasang papan nama, gapura juga ada tulisan nama lembaga, ya .... saya kira mudahlah diakses semua orang. Dan tempat ini kan kita setting pondok pesantren, jadi suasana bangunan khas pesantren NU itu pasti muncul ketika orang pertama melihatnya. Ada logo NU dan cat warna hijau, itu kan sebagai ciri lokasi pendidikan NU yang nyata langsung dilihat masyarakat hehehehe....”<sup>86</sup>

Sesuai hasil penelusuran map bahwa akses jalan menuju MA Ma’arif NU kota Blitar cukup mudah walupun berada di wilayah perkotaan Blitar,<sup>87</sup> seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4.30 Akses jalan menuju lokasi MA Ma’arif NU Kota Blitar

<sup>85</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>86</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>87</sup> Dokumen peta lokasi MA Ma’arif NU Kota Blitar didapat tanggal 5 Oktober 2020, pukul 12.00

b) Biaya pendidikan

Pembiayaan di pondok Nurul Ulum Kota Blitar sangat terjangkau oleh masyarakat, biaya pondok lengkap selama 1 bulan hanya 550.000 rupiah. Hal ini disampaikan Bapak Wachid Mustofa:

“Biaya mondok disini sangat terjangkau ya pak, cukup murah dan bisa diterima berbagai kalangan warga nahdliyin. Jadi biaya 550.000 perbulan itu sudah termasuk biaya SPP, 2 kali makan, biaya pemakaian air dan listrik. Lembaga dengan system boarding scholl dan dengan biaya segitu perbulan disertai layanan pendidikan yang ada, saya kira itu cukup murah dan terjangkau masyarakat NU wilayah Blitar dan sekitarnya.”<sup>88</sup>

Bapak kyai Badaruddin menyampaikan terkait pembiayaan di pondok Nurul Ulum:

“Prinsip kami biaya pendidikan untuk santri kami tekan seminimal mungkin agar dapat dijangkau oleh semua warga nahdliyin. Lagian sekarang kan ada Biaya Operasional Sekolah (BOS) untuk santri MA, MTs, dan Madin. InsyaAllah .... terkait pembiayaan untuk operasional santri sudah mencukupi. Kami dapat pemasukan dari siswa, masyarakat, dan pemerintah itu sudah bisa kita manfaatkan sebagai pembiayaan di Pondok ini.”<sup>89</sup>

Salah satu wali santri yang bernama Ibu Ika Yuliani ketika peneliti wawancara terkait biaya pendidikan dengan layanan boarding school yang diselenggarakan di Pondok Nurul Ulum:

---

<sup>88</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>89</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

“Biaya di MA Ma’arif ini cukup terjangkau ya pak...., kita diminta membayar 550.000 perbulan dan anak-anak mendapat layanan pendidikan mondok (boarding school) yang lumayan bagus. Saya sebagai wali santri kan tinggal cari uang saja, masalah pendidikan saya pasrahkan penuh ke pihak pondok pak.... lagian disini pendidikannya tipe pondok pesantren, anak saya aman berada di sini 24 jam penuh.”<sup>90</sup>

Hal ini sesuai dengan chat peneliti dengan akun facebook MTs-MA Ma’arif NU Kota Blitar seperti gambar screenshoot dibawah ini<sup>91</sup>:



Gambar 4.31 Gambar screenshoot chat FB dengan MTs-MA Ma’arif NU Kota Blitar tentang biaya pondok

Pak wachid Mustofa menambahkan terkait biaya pendidikan di Pondok Nurul Ulum yang menurut beliau cukup terjangkau oleh masyarakat:

“Dengan biaya pondok inklud madrasah yang segitu dan disertai layanan pendidikan yang kita miliki, saya kira terjangkau bagi masyarakat luas. Jadi brand lembaga NU Boarding School yang kita

<sup>90</sup> Wawancara dengan Ibu Ika Yuliani salah satu wali santri, tanggal 17 September 2020. Pukul 08.30

<sup>91</sup> Dokumen chat biaya pondok di PP Nurul Ulum, tanggal 12 Oktober 2020. Pukul 19.00



bangun tidak menakutkan orang jika dipandang dari segi biaya anak mondok dan sekolah disini.”<sup>92</sup>

c) Sumber Daya Manusia

MA Ma’arif NU Kota Blitar mempunyai tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang aktif dalam keorganisasian NU, hal ini disampaikan Bapak Kyai Badaruddin:

“SDM yang ada disini baik tenaga pendidik dan tenaga kependidikan kebanyakan orang-orang yang berkecimpung dalam keorganisasian NU, jadi mereka NU tulen lah bahasa-nya. Dan juga banyak dari pengajar disini adalah lulusan pondok pesantren, tentu secara keilmuan dan tradisi keimuan sudah terjamin kualitasnya. Disini juga sudah banyak yang lulusan S-2.”<sup>93</sup>

Bapak Galuh menambahkan jika tenaga pendidik di MA Ma’arif NU Kota Blitar adalah para kader-kader NU yang rata-rata lulusan pondok pesantren:

“Jika kita mengenalkan ke masyarakat brand NU Boarding School dan kita memiliki tenaga pengajar para NU militan yang rata-rata lulusan pondok pesantren maka kita percaya diri sekali di mata public pak... hehehe.”<sup>94</sup>

d) Lulusan

Lulusan yang ditargetkan adalah para pemuda yang kualitas sebagai kader-kader NU di masyarakat, hal ini disampaikan Bapak kyai Badaruddin:

“Kita membangun brand dengan istilah NU Bording school, tentu ya lulusan yang mantab dalam keilmuan NU yang menjadi target.... maka disini diajarkan keaswajaan, budaya dan tradisi masyarakat NU,

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>93</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>94</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

system keorganisasian NU, dll. Jadi intinya kita ingin mencetak para anak muda NU yang potensial dari kompetensinya. Atas dasar hal tersebut kita pilih pendidikan tipe pesantren atau bahasa sekarang boarding school, ini kami anggap tipe pendidikan yang ideal karena anak disini mukim 24 jam penuh dalam sehari.”<sup>95</sup>

Bapak Galuh juga menambahkan jika para lulusan diharapkan menjadi kader-kader militan NU di masyarakat, seperti yang beliau sampaikan:

“Dari nama lembaga kan sudah jelas mas..... Madrasah Aliyah NU.... hehehe, berarti kita ingin mencetak kader-kader NU yang potensial di masyarakat. Dan pendidikan yang digunakan adalah tipe boarding school supaya anak itu total belajarnya dan tidak mendapat pengaruh pergaulan yang merusak.”<sup>96</sup>

MA Ma’arif NU Kota Blitar dalam membangun brand lembaga juga didukung beberapa factor yang mempengaruhi brand tersebut menjadi baik di mata masyarakat, factor tersebut diantaranya adalah lokasi lembaga, biaya pendidikan, sumber daya manusia, dan produk lulusan.

## **2. Brand NU boarding school**

Pendidikan yang mengajarkan nilai-nilai ke-NUan dan system pendidikan pesantren dimana anak mukim selama 24 jam penuh, hal inilah yang menjadi kekuatan sekaligus brand bahwa MA Ma’arif NU Kota Blitar dikenal dengan NU boarding school. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Galuh selaku humas Madrasah:

---

<sup>95</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>96</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

“Kita itu menyelenggarakan pendidikan tingkat menengah atas untuk warga nahdliyin untuk masyarakat Blitar dan sekitarnya oleh karena itu kita namai Madrasah Aliyah NU, maka tentu yang diajarkan adalah pembelajaran terdapat nilai-nilai ke NU-an seperti keaswajaan, tradisi dan budaya NU, keorganisasian NU. Tentu kita tetap juga mengajar para santri pendidikan umum supayaimbang antara ilmu agama dan ilmu umumnya. Pendidikan yang diselenggarakan adalah tipe pesantren maka masyarakat cenderung mengenal kami dengan sebutan NU boarding school.”<sup>97</sup>

Hal yang sama juga ditegaskan oleh Bapak wachid mustofa selaku kepala madrasah, beliau menyatakan:

“Sistem pendidikan yang kami selenggarakan adalah tipe pondok pesantren, dalam arti anak mukim disini 24 jam penuh atau dengan kata lain boarding school. Jadi karena sekolah ini berbasis organisasi NU dan system yang dilaksanakan dengan system boarding school maka tempat ini dikenal masyarakat dengan sebutan NU Boarding School.”<sup>98</sup>

Hasil observasi peneliti terlihat bahwa para peserta didik di MA Ma’arif NU Kota Blitar berada dalam lingkungan Pondok Pesantren Nurul Ulum<sup>99</sup>, seperti gambar dibawah ini.

---

<sup>97</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

<sup>98</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>99</sup> Observasi di asrama PP Nurul Ulum tanggal 2 September 2020, Pukul 15.00



Gambar 4.32 Peserta didik di MA Ma'arif NU Kota Blitar diwajibkan mondok di lingkungan Pondok Nurul Ulum

Bapak Kyai Badaruddin menyampaikan tentang brand MA Ma'arif NU Kota Blitar, beliau menyatakan:

“Untuk dikenal masyarakat luas maka lembaga itu harus mempunyai brand, kami mempunyai pedoman bahwa pendidikan yang diselenggarakan adalah anak mondok sambil sekolah karena yang utama adalah mondoknya, seiring berjalannya waktu masyarakat mengenal kami sebagai lembaga boarding school.”<sup>100</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Galuh yang menyatakan bahwa MA Ma'arif NU dikenal masyarakat sebagai lembaga pendidikan boarding school, seperti yang beliau sampaikan:

Kita kan sekolah berbasis NU dan menyelenggarakan pendidikan dengan tipe boarding school maka masyarakat luas mengenal dengan sebutan NU Boarding school.”<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>101</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh Perdana, tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 09.30

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapat peneliti bahwa MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan milik NU.<sup>102</sup>



o. Yayasan yang Menaungi Pesantren :	
1) Nama	: LP Maarif NU Kota Blitar
2) Notaris Nomor / Thn	: 103 /1986
3) Nama Pemilik	: Nahdlatul Ulama
4) Nama Notaris	: Joenoeng Maogimon, SH
5) Domisili	: Blitar
6) NPWP	: 02.192.584.7-071.000

Gambar 4.33 Bukti dokumen bahwa lembaga MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah milik organisasi NU

Ibu Sunarmi salah satu walisantri menyatakan bahwa MA Ma'arif NU Kota blitar dikenal dengan istilah NU Boarding School:

Saya mengenal MA Ma'arif..... ya pondok NU, sekolahan NU boarding school bahasa jaman sekarang. Artinya anak saya sekolah di MA Ma'arif dan mondok di PP Nurul Ulum.”<sup>103</sup>

Bapak Aldi selaku warga masyarakat sekitar menjelaskan mengenai keberadaan MA Ma'arif NU Kota Blitar:

Yang saya kenal tentang MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah sekolah NU yang berada di lingkungan pondok pesantren atau sekolahan boarding school.”<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Bukti dokumen kepemilikan lembaga MA Ma'arif oleh organisasi NU, didapat 2 September 2020

<sup>103</sup> Wawancara dengan Ibu Sunarmi salah satu wali santri, tanggal 9 September 2020. Pukul 10.30

<sup>104</sup> Wawancara dengan Bapak Aldi salah satu satu warga sekitar pondok , tanggal 17 September 2020. Pukul 09.30

Bapak Juneidi selaku warga masyarakat sekitar pondok Nurul Ulum menjelaskan tentang brand MA Ma'arif NU Kota Blitar:

Yang saya ketahui terkait MA Ma'arif NU adalah sekolah dengan tipe pendidikan pesantren (boarding school)<sup>105</sup>

MA Ma'arif NU Kota Blitar oleh masyarakat luas dikenal dengan sebutan lembaga pendidikan NU boarding School, hal ini sesuai dengan keberadaan MA Ma'arif NU yang menyelenggarakan pendidikan tipe pesantren dimana anak mukim 24 jam di pondok Nurul Ulum dengan menekankan pendidikan keaswajaan dan nilai-nilai ke-NUan.

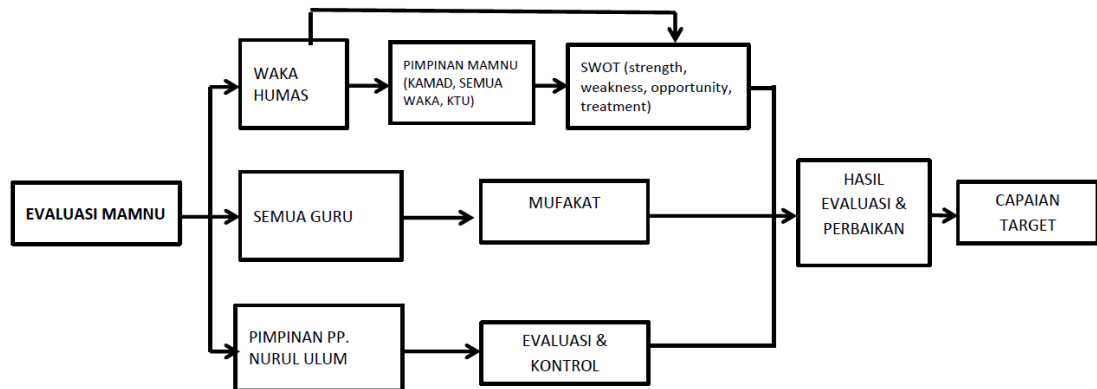
**e. Evaluasi dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

Masyarakat nahdliyin wilayah Blitar tentunya sudah tidak asing dengan keberadaan pondok Nurul Ulum. Para pengelola pun juga berusaha terus mengenalkan brand lembaga ke masyarakat luas. Hal tersebut dilakukan karena konsumen pendidikan setiap tahunnya berubah, selera juga berubah, dan cara menyampaikan brand lembaga ke masyarakat juga terus berubah. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam membangun *brand image* sebagai lembaga modern boarding school dengan segala program dan kegiatannya maka perlu untuk dilaksanakan evaluasi secara rutin. Evaluasi dalam

---

<sup>105</sup> Wawancara dengan Bapak Junaedi salah satu warga sekitar pondok, tanggal 7 September 2020. Pukul 11.30

membangun *brand image* di MAM NU terbagi dalam 3 katagori, dilaksanakan oleh waka humas dan pimpinan madrasah, dilaksanakan segenap dewan guru, dan dilaksanakan oleh pimpinan Pondok Pesantren. Skema temuan evaluasi pelaksanaan membangun *brand image* dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.34 Skema temuan evaluasi pelaksanaan membangun *brand image* di MAM NU.

### 1) Evaluasi pelaksanaan membangun brand image lembaga oleh waka humas dan pimpinan madrasah

Pelaksanaan membangun *brand image* di MA Ma'arif NU Kota Blitar sebagai lembaga *modern boarding school* merupakan tugas pokok waka humas. Untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan *brand image* lembaga di masyarakat maka waka humas dan segenap pimpinan madrasah selalu mengadakan rapat rutin. Bapak Galuh menjelaskan bahwa jika terdapat permasalahan dan untuk mengukur sejauh mana *brand image* itu sampai di benak masyarakat maka

perlu evaluasi oleh humas atas pertimbangan kepala madrasah. Beliau menyampaikan:

“Jadi tentang membangun *brand* itu adalah bagian saya... tentang pendekatan, metode, dan teknik membangun *brand image* ke masyarakat luas atau public itu bagian dari tugas saya. Ditataran teknis kinerja saya ya semacam publikasi, kerjasama, memasarkan madrasah, membangun kesan masyarakat, dan lainnya. Jika ada permasalahan maka akan saya selesaikan sendiri tetapi atas pertimbangan kepala madrasah. Jika ada kendala biasanya oleh kepala akan dibawa ke forum rapat pimpinan tiap senin pagi. Rapat pimpinan itu ada kepala madrasah, semua waka (termasuk saya), dan juga kepala TU.”

Ada beberapa rapat rutin yang dilaksanakan oleh MA Maarif NU Kota Blitar yaitu setiap awal semester dan setiap senin pagi, dalam rapat rutin tersebut juga memonitor dan mengevaluasi progress *brand image* lembaga. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Wahid:

“Ada rapat rutin untuk MA setiap awal semester. Kita rapat dengan segenap guru MA dan semua tenaga administrasi. Salah satu agenda rapat ya evaluasi capaian kinerja MA ini. Yang selanjutnya rapat rutin pimpinan pengelola MA ini dimana yang hadir adalah saya sebagai kepala, para waka, dan kepala TU. Untuk rapat pimpinan ini sifatnya internal kami dan dilaksanakan setiap senin pagi jam delapan. Setiap rabu siang juga ada rapat pimpinan pondok pusat yang hadir kepala MA, kepala MTs, kepala Madin, kepala asrama, dan jajaran direktorat. Kajian rapat salah satunya adalah bagaimana lembaga ini mempunyai *brand image* yang baik di masyarakat secara luas ditinjau dari pendekatan kita, metode kita, dan teknik kita. Dan brand yang selama ini kita bangun mudah-mudahan terus berkembang tidak hanya masyarakat Blitar saja.”<sup>106</sup>

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00



Hal diatas sesuai dengan hasil observasi dan dokumentasi peneliti terkait rapat segenap pimpinan MA Ma'arif yang dilaksanakan pada senin pukul 09.00 diruang kepala madrasah. Dimana yang hadir adalah kepala madrasah, waka humas, waka kurikulum, dan waka kesiswaaan.<sup>107</sup>



Gambar 4.35 Pelaksanaan rapat rutin senin pagi oleh pimpinan MA Ma'arif  
NU Kota Blitar

Sistem analisis SWOT digunakan untuk menyelesaikan segala permasalahan yang muncul dalam penyelenggaran pendidikan di MA Ma'arif NU Kota Blitar, termasuk permasalahan atau kendala mengenai brand image lembaga di masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Bapak Wahid:

“Untuk mengevaluasi program dan kegiatan itu kami lakukan rapat senin pagi, yaitu; saya, waka kurikulum, waka kesiswaan, waka humas, kepala TU. langkah evaluasi itu pertama kami tentukan apa yang perlu dievaluasi, setelah ketemu program atau kegiatan yang perlu dievaluasi selanjutnya kita menganalisis dengan system SWOT.

---

<sup>107</sup> Observasi dan dokumentasi senin tanggal 14 September 2020 di ruang kepala madrasah

Setelah ketemu solusinya maka kita laksanakan solusi tersebut dengan penuh tanggungjawab.”<sup>108</sup>

Selanjutnya beliau menambahkan tentang contoh permasalahan yang dievaluasi dengan system SWOT:

“Sebagai contoh ya pak, untuk menyampaikan brand lembaga “mondok sambil sekolah” lewat media sosial itu kami rasa kurang efektif karena di media sosial sudah berjubel masing-masing lembaga pendidikan yang ingin paling dominan. Akhirnya kita laksanakan SWOT; kekuatan kita pada banyaknya personil disini yang menjadi pengurus NU baik dari tingkat cabang sampai ranting. Kelemahan dan ancaman adalah media sosial itu antar lembaga ingin saling menjadi penguasa dan bahkan antara yang di share dengan kenyataan berbeda. Peluang kita adalah warga nahdliyin itu banyak dan sangat membuka diri dengan para pengurus NU yang rata-rata juga kyai di tempat tinggalnya masing-masing. Maka dari itu solusinya adalah jika ada info untuk PPDB maka kita sampaikan pada kepengurusan NU, hasilnya adalah info menyebar kemana-mana sampai pada tingkat jamiyah yasin tahlil lingkungan RT.”<sup>109</sup>

Dari informasi yang didapat bahwa evaluasi dalam membangun *brand image* di MA Ma’arif NU Kota Blitar dilaksanakan oleh waka humas sendiri atas pertimbangan kepala madrasah dan dalam rapat rutin setiap sabtu oleh pimpinan madrasah (kepala madrasah, waka humas, waka kurikulum, waka kesiswaan, waka sarana prasarana dan kepala bidang tata usaha). Pelaksanaan evaluasi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi MA Ma’arif NU dengan

---

<sup>108</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>109</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

system SWOT. Yaitu berdasarkan analisis *streng*, *weakness*, *opportunity*, dan *threatment*.

## **2) Evaluasi pelaksanaan membangun brand image lembaga melalui rapat rutin dengan segenap dewan guru**

Membangun *brand image* juga merupakan kewajiban semua dewan pengajar di MA Ma'arif NU Kota Blitar. Satu kali dalam semester para dewan pengajar melaksanakan rapat kinerja untuk mengetahui seberapa jauh program-program terlaksana. Salah satu agenda dari rapat tersebut adalah untuk mengetahui keberhasilan terkait pendekatan, metode, dan teknik membangun *brand image* lembaga. Bapak Galuh menjelaskan tentang pelaksanaan rapat rutin dengan dewan guru yang dilaksanakan setiap awal semester:

“Rapat selanjutnya di MA yaitu rapat setiap awal semester. Rapat ini ibarat rapat rutin semua guru dan karyawan MA. Selain untuk memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi MA, ini merupakan ajang silaturahmi. Ya misalnya rapat tentang pencairan sergur, presensi guru dan karyawan MA, UAS, dll. Yang terkait dengan brand image lembaga adalah dicetuskannya boom status WA, ide tersebut muncul dalam rapat rutin setiap sabtu siang oleh segenap dewan guru.”<sup>110</sup>

Bapak wahid menjelaskan tentang pelaksanaan rapat rutin yang dilaksanakan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan juga penyelesaian masalah ketika rapat:

“Jika dibagi secara institusi MA, kita agenda rapat ada dua macam yaitu rapat pimpinan dan rapat dewan guru. Rapat dewan guru yaitu saya selaku kepala, waka, dan semua guru. Contoh masalah yang

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Bapak Galuh, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

dihadapi terkait *brand image* MA adalah : dulu kami itu ketika musim PPDB, kami menyebar brosur PPDB di banyak sekolah di Kota dan Kabupaten; ternyata hasil input dari sekolah-sekolah yang kita beri brosur sangat minim. Akhirnya kita rapatkan solusi apa agar kita tetap dikenal dan pendaftaranya banyak. Dan... ketemu solusi yaitu lewat para pengajar yang juga penceramah; jadi para ustad yang sekaligus da'i itu jika ceramah juga promosi tentang MA atau pondok. Dan juga pas musim PPDB kita sampaikan kepada pengurus NU dari tingkat cabang, MWC, sampai ranting dan ternyata ini sangat efektif. Istilahnya “iki sekolahan NU makane sing ngiseni yo wong-wong NU.”<sup>111</sup>

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapat peneliti terkait rapat dewan guru yang dilaksanakan di MA Ma'arif NU Kota Blitar.<sup>112</sup>



Gambar 4.36 pelaksanaan rapat rutin tiap semester dewan guru MA Ma'arif NU Kota Blitar

Rapat ruti dewan guru di MA Ma'arif NU Kota Blitar dilaksanakan setiap awal semester, hal yang diselesaikan terkait *brand image* adalah tentang ide boom status WA dan ide para pengajar yang sekaligus da'i dipesani untuk promosi MA ketika berceramah ke berbagai daerah.

<sup>111</sup> Wawancara dengan Bapak Wahid Mustofa, tanggal 2 September 2020. Pukul 11.00

<sup>112</sup> Bukti dokumen rapat dewan guru, didapat 2 September 2020

### 3) Evaluasi pelaksanaan membangun brand image lembaga oleh pimpinan

#### Pondok Nurul Ulum

*Brand image* sebagai lembaga modern boarding school berbasis NU yang melekat di MA Ma'arif NU Kota Blitar juga merupakan tanggung jawab penuh para pimpinan pondok pesantren Nurul Ulum. Fungsi kepemimpinan pondok adalah memberi control dan memonitor sejauh mana madrasah selalu mempunyai nama baik di masyarakat. Untuk mengetahui progres *brand* lembaga yang telah ditetapkan maka diperlukan evaluasi, hal ini disampaikan oleh Bapak Kyai Badaruddin selaku kepala direktorat Pondok Nurul Ulum:

“Kita sebuah organisasi yang mempunyai visi, misi, dan tujuan. Tentu ada target-target yang harus kita capai. Target-target tersebut kita rencanakan, kita laksanakan, dan kita evaluasi. Evaluasi adalah alat bagi kami untuk memastikan target-target lembaga tepat sasaran. Terutama mengenai brand lembaga yaitu “mondok sambil sekolah” atau masyarakat lebih familiar dengan “boarding school” merupakan sebuah prinsip yang selalu istiqomah kita jalani dan mudah-mudahan Allah ridho akan hal-hal yang kita kerjakan.”<sup>113</sup>

Bapak Wahid menjelaskan tentang pelaksanaan rapat dengan jajaran pimpinan pondok :

“Memerag kinerja kita selalu dikordinasi oleh direktorat, ya gunanya supaya kinerja antara MA, MTs, dan Madin itu selaras dan target visi misi institusi pondok tercapai. Terkait *brand image* MAM NU itu biasanya dapat pengarahan saja setiap awal tahun ajaran baru yang sifatnya penyalarsan. Karena *brand* lembaga itu kan tanggung jawab semua yang ada disini pak.”

---

<sup>113</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

Setiap rabu siang pengurus dan pimpinan pondok Nurul Ulum melaksanakan rapat rutin untuk menyelesaikan berbagai masalah yang ada, salah satunya terkait brand image lembaga baik ditingkat MA, MTs, dan Madin. Hal ini disampaikan oleh Bapak Kyai Badaruddin:

“Kami selalu mengadakan rapat rutin setiap rabu siang. Ya... yang hadir adalah kepala MA, kepala MTs, kepala Madin, kepala asrama, dan segenap pimpinan direktorat (saya selaku ketua, bendahara, dan sekretaris). Untuk salah satu agenda rapat adalah tentang program kegiatan kami. Caranya kami deteksi satu persatu apa saja program yang belum berjalan maksimal di MA, MTs, Madin, asrama, dan pondok sendiri. Setelah ketemu masalahnya maka kita brainstorming istilahnya; masing-masing kita memberi pendapat bagaimana solusinya, tentu jika menawarkan solusi masing-masing didukung data dan fakta. Setelah solusi itu mengerucut untuk mencapai titik mufakat maka saya yang putuskan; ini lho keputusan dari solusi permasalahan yang kita hadapi. Dan setelah itu kita laksanakan solusi dari permasalahan tersebut ditangan penanggungjawab yang bersangkutan. Ya salah satunya juga terkait tentang brand pondok ini, yang didalamnya ada MA dan MTs ”<sup>114</sup>

Dokumen pelaksanaan rapat oleh pimpinan pondok Nurul Ulum dalam memonitor dan mengevaluasi capaian program MA Ma’arif NU Kota Blitar.<sup>115</sup>



<sup>114</sup> Wawancara dengan Bapak Kyai Badaruddin, tanggal 7 September 2020. Pukul 07.30

<sup>115</sup> Dokumen rapat direktorat PP Nurul Ulum.

Gambar 4.37 Foto bersama setelah pelaksanaan rapat rutin oleh para pimpinan Pondok Nurul Ulum

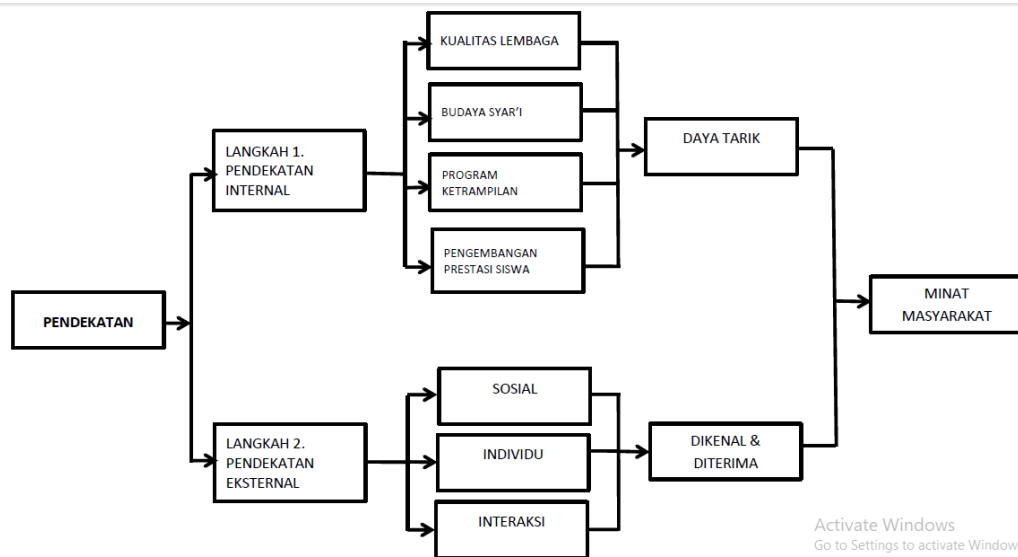
Dari informasi yang didapat bahwa kinerja MA Ma'arif NU Kota Blitar atas monitoring dan control pimpinan pondok Nurul Ulum (jajaran direktorat). Bentuk control tersebut adalah diadakannya rapat rutin setiap rabu siang yang dihadiri oleh kepala MA, kepala MTs, kepala Madin, kepala asrama, dan segenap pimpinan direktorat.

## **2. Paparan data penelitian di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar**

MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar merupakan lembaga pendidikan tingkat menengah atas dibawah naungan yayasan Al Ma'arif Blitar. MA Ma'arif mengenalkan slogarn "Three In One" yang berarti bahwa layanan pendidikan yang diselenggarakan mengintegrasikan ilmu agama Islam, ilmu umum, dan keterampilan (*religious, science, skill*). Seiring berjalannya waktu, masyarakat luas mengenal MA Ma'arif Udanawu sebagai madrasah plus keterampilan. Istilah "madrasah plus keterampilan" inilah yang mengakar kuat di masyarakat sebagai pembeda dengan sekolah lain dan tentunya yang menjadi daya pikat masyarakat wilayah Blitar dan sekitarnya. Pada Bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil paparan data penelitian di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar terkait hal membangun *brand image* dalam meningkatkan minat masyarakat.

### **a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

Kekuatan MA Ma'arif Udanawu adalah lembaga pendidikan Islam yang menawarkan program keterampilan. Hal ini yang menjadi factor kuat terwujudnya brand MA Plus Keterampilan. Pendekatan dalam membangun *brand image* yang dilakukan MA Ma'arif Udanawu mendapat sambutan positif masyarakat karena merupakan satu-satunya lembaga pendidikan Islam swasta modern yang membuka program keterampilan di wilayah Blitar. Dalam pendekatan membangun brand image MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menggunakan 2 langkah yaitu; penguatan internal dan pendekatan eksternal. Pendekatan penguatan internal terkait mutu dari dalam sebagai daya tarik masyarakat, sedangkan pendekatan eksternal yaitu lembaga mengenalkan ke masyarakat luas terhadap layanan yang diselenggarakan.



Gambar 4.38 Skema temuan pendekatan di MA Ma'arif Udanawu



## 1) Pendekatan penguatan internal madrasah

Pendekatan penguatan internal madrasah adalah penguatan madrasah sebagai daya tarik bagi masyarakat luas, penguatan yang dilakukan di MA Ma'arif Udanawu adalah kualitas lembaga, budaya syar'i, program keterampilan, dan pengembangan prestasi siswa.

### a. Pendekatan prakarsa mutu lembaga

Diruang kerja Bapak Edi Basuki selaku kepala madrasah, peneliti mewawancarai beliau. Beliau dengan terang menjelaskan kepada peneliti bahwa perlu ada pembenahan kualitas dari dalam sebelum membangun brand lembaga, seperti yang disampaikan beliau:

“Awalnya kita tidak begitu berani mengenalkan lembaga ini ke masyarakat, karena tidak ada sesuatu yang kita tunjukkan ke masyarakat. Kita benahi dulu kualitas lembaga ini dari berbagai sisi terutama pengelolaan, tenaga pendidik dan kependidikan, muatan kurikulum, pelaksanaan pembelajaran, kompetensi siswa, sarana dan prasarana, dll. Hal-hal tersebut kita benahi dengan modal budaya lembaga yaitu “kedisiplinan”. Akhirnya hal itu berbuah manis dengan kita setiap tahunnya mendapat jumlah murid yang terus bertambah dan dapat nilai akreditasi A.”<sup>116</sup>

Kualitas pendidikan dan tata kelola lembaga adalah modal utama lembaga sebelum membangun brand image ke masyarakat luas. Hal ini seperti yang disampaikan oleh bapak Mohammad Doif selaku uhumas ketika diwawancarai peneliti :

“MA Ma'arif hadir ditengah tengah masyarakat untuk berusaha memberi pelayanan terbaik dalam bentuk pendidikan formal. Untuk

---

<sup>116</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

diterima masyarakat secara luas perlu proses yang lama dan sangat panjang. Untuk itu pertama yang kita benahi dari dalam dulu. Misalnya ; Dari tenaga kependidikan kita menekankan kedisiplinan; datang lebih awal dan pulang sesudah semua anak pulang, yang bapak bapak wajib berkopyah dan ibu-ibu memakai kerudung panjang sampai di pinggang; Pada segi kompetensi lulusan kami menyiapkan anak didik yang mengerti ilmu agama, umum, dan keterampilan; Untuk sarana prasarana kami nekat sebisa mungkin memfasilitasi anak dengan menyediakan laboratorium, bengkel kerja, pondok pesantren, dll; Segi pembiayaan kami sangat mengatur sedemikian rupa karena kami sekolah swasta, untung ada BOS (bantuan operasional sekolah) yang sangat membantu keberlangsungan kami.”<sup>117</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Faiz Balya, ketika diwawancarai oleh peneliti di ruang kerjanya:

“Sebelum kita melaksanakan pendekatan ke masyarakat tentu harus ada modal yang perlu kita tunjukkan. Modal itu adalah ya kualitas kami. Jika diukur kemajuan madrasah dapat dilihat dari 8 standar nasional pendidikan, mungkin kita sudah mampu mencapainya dengan bukti kami terakreditasi A. Tentu prosesnya lama dan tidak semudah membalikan telapak tangan. Lembaga itu bisa berkembang diawali dengan kesungguhan dalam pengelolaannya. Pengelolaan yang dimaksud yaitu dari segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi.”

MA Ma’arif Udanawu adalah lembaga swasta yang cukup diminati masyarakat karena pada tahun ajaran 2020/2021 lembaga ini menampung 1835 siswa dan telah mendapat peringkat akreditasi A sejak tahun 2018. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Jupri selaku kepala Tata Usaha:

“Lembaga pendidikan swasta itu memang tergantung perkembangan jumlah siswanya, alhamdulillah secara statistic ada peningkatan baik dari jumlah siswa maupun jumlah yang mendaftar setiap tahunnya. Ya

---

<sup>117</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

mudah-mudahan dengan kerja keras semua yang ada disini oleh masyarakat tetap kami tetap diminati dan dipercaya sebagai tempat belajar putra-putri mereka. Tahun 2016 yang mendaftar 478 anak dan untuk tahun 2020 yang mendaftar 699 anak, jadi ada peningkatan peminat walaupun di masa pandemic, untuk tahun 2019 kemarin yang daftar 711 anak. Dari jumlah siswa kami juga mengalami penambahan tahun pelajaran 2015/2016 kami menampung 1266 siswa sedang tahun 2020 ini kami menampung 1835 siswa.”<sup>118</sup>

Bapak Zamroji menjelaskan akan pentingnya kesungguhan dalam bekerja dalam mencapai kualitas madrasah. Beliau mengatakan:<sup>119</sup>

“Dengan niat sungguh-sungguh bekerja dan beribadah, kita bersama-sama berjibaku membesarkan lembaga ini. ya harus berkorban baik itu tenaga, waktu, dan juga biaya. Selanjutnya bentuk pembenahan lainnya yaitu mengenai kurikulum lembaga, penekanan kami adalah anak itu bisa dalam 3 hal, yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan.”

Bukti dokumen kualitas madrasah adalah capaian akreditasi A yang terpajang di gerbang madrasah.<sup>120</sup>



Gambar 4.39 Bukti dokumen akreditasi A MA Ma'arif Udanawu

<sup>118</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Juprianto, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>119</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>120</sup> Dokumen bukti akreditasi MA Ma'arif Udanawu, didapat tanggal 31 Agustus 2020.

Dari paparan narasumber dan bukti dokumen diatas dapat diketahui bahwa lembaga yang ingin mempunyai brand baik di masyarakat maka harus membangun kualitasnya terlebih dahulu. Nilai akreditasi sebuah lembaga menjadi tolak ukur terhadap kualitas pendidikan yang diselenggarakan di lembaga tersebut.

b. Budaya syar'i madrasah

Bapak Faiz Balya menjelaskan tentang MA Ma'arif Udanawu mengenalkan diri sebagai kampus syar'i ketika lembaga tersebut menyediakan jasa sebagai tempat belajar ilmu agama Islam.

*“Three in one yang kami maksud adalah ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Dari segi ilmu agama kita membuat brand kampus syar'i. Beberapa hal yang kita lakukan ; misalnya kita memisahkan siswa putra dan siswa putri, siswa putra berada di gedung sebelah selatan jalan dan siswa putri berada di gedung sebelah utara jalan. Kami juga membuka program tahfidz tentu itu juga menyerap aspirasi masyarakat. Kami mendirikan pondok pesantren, pondok pesantren putra dan pondok pesantren putri. Itu atas ide dari masyarakat, usulnya adalah untuk menampung peserta didik yang rumahnya jauh dan dari pada ngekos biayanya mahal maka perlu didirikan pondok pesantren. Masyarakat sekitar sini juga usul, anak-anak kalau sore tidak ada kerjaan cuma main game atau jalan-jalan bagaimana jika ditampung dalam wadah pondok pesantren. Atas usulan tersebut kami bermodal tekat mendirikan pondok pesantren.”<sup>121</sup>*

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Mohammad Doif, beliau menjelaskan beberapa hal yang diterapkan terkait budaya kampus syar'i oleh segenap warga madrasah:

---

<sup>121</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

“Kita disebut kampus syar’i karena kita menerapkan beberapa hal, misal setiap guru laki-laki dan siswa laki-laki wajib memakai kopyah, bersalaman juga sesama jenis; laki-laki dengan laki-laki dan juga sebaliknya, kelas dipisah antara siswa laki-laki dan perempuan, setiap guru perempuan dan siswi perempuan memakai jilbab panjang menutupi tubuh bagian atas, atau budaya Islami layaknya madrasah yang lain seperti seperti sholat dhuha, membaca Al Qur’an dan membaca Asmaul Husna sebelum pembelajaran.”<sup>122</sup>

Untuk mewujudkan budaya kampus syar’i MA Ma’arif, berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dengan membekali para lulusan dengan ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Zamroji selaku ketua yayasan :

“Dalam ilmu agama kami berusaha ingin memenuhi kebutuhan masyarakat, artinya hal apa yang bermanfaat di masyarakat. Misalnya kami bekal anak-anak dengan praktik ibadah. Hal ini bertujuan agar anak nanti setelah lulus bisa bermanfaat bagi masyarakatnya. Misalnya disini anak-anak kami ajari pemeliharaan jenazah, itu mulai bagaimana memandikan, mengkafani, menyolati, mengubur, mentalkin jenazah. Anak-anak juga kami ajari menghafal yasin tahlil, istigozah, yang laik laki menjadi khatib sholat jum’at,dll. Hal-hal tersebut dipelajari disini supaya mereka mampu berbaur dengan masyarakat bahkan besar harapan kami mereka menjadi insan yang bermanfaat bagi agama dan masyarakatnya.”<sup>123</sup>

Peneliti melakukan observasi di lingkungan MA Ma’arif Udanawu terkait budaya syar’i dengan bukti adanya plakat didepan pintu gerbang madrasah

---

<sup>122</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>123</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

tentang sebutan kampus syar'i, juga hasil melihat keseharian guru dan para siswa ketika berada di madrasah.<sup>124</sup>



Gambar 4.40 dokumen kampus syar'i di MA Ma'arif

Istilah kampus syar'i adalah perwujudan bagaimana MA Ma'arif Udanawu membangun budaya yang wajib diukuti oleh semua warga madrasah. Budaya syar'i bertujuan untuk membangun kedisiplinan seluruh warga madrasah, ciri khas keunikan madrasah sebagai pembeda dengan madrasah lainnya, membangun akhlakul kharimah para siswa, dan untuk menarik simpati masyarakat luas.

#### c. Program keterampilan

Program keterampilan membekali para siswa setelah lulus nanti mempunyai keterampilan yang digunakan untuk bekerja di masyarakat. program keterampilan ini yang menjadi brand kuat di masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Mohammad Doif selaku humas:

“Anak-anak yang lulus itukan tidak semua melanjutkan ke perguruan tinggi, beberapa wali murid mengusulkan tentang program ketrampilan

---

<sup>124</sup> Bukti Dokumen kampus syar'I difoto tanggal 31 Agustus 2020.

untuk siswa. Alhamdulillah, setelah kita rapatkan bersama sepakat kita membuka program keterampilan. Dan itu masuk kegiatan belajar mengajar. Program keterampilan itu terdiri dari tujuh keterampilan, yaitu; rekayasa perangkat lunak, desain grafis, computer jaringan, tata boga, tata busana, tata rias, dan otomotif. Harapan kami setelah dapat pelajaran keterampilan tersebut dapat mereka praktikan setelah lulus sebagai salah satu kegiatan yang ditekuni dan mendapatkan penghidupan yang layak di situ.”<sup>125</sup>

Bapak Faiz Balya menjelaskan proses perizinan pembukaan program keterampilan dan juga hasil dari program keterampilan yang dilaksanakan para siswa di MA Ma’arif Udanawu:

“Sejak 2016 kita dapat ijin dari kemenag untuk membuka program kusus atau yang disebut MAPK, artinya kita bisa mengembangkan sayap kearah madrasah kejuruan. Ini penting untuk menampung anak-anak yang inginnya setelah lulus mereka siap kerja. Dan kita satu satunya di Kabupaten Blitar yang berkesempatan mempunyai dan mendapatkan ijin tentang program ini. dari ketujuh keterampilan tersebut ada hasil yang menggembirakan, misal anak anak sudah mampu membuat motif kain batik di keterampilan tata busana, sudah mampu mencetak banner bagi yang ambil desain grafis, sudah mampu membuat makanan yang sifatnya home industry bagi yang berada di keterampilan tata boga, bagi yang ambil otomotif sudah bisa servis kendaranaan bermotor, bagi kelas tata rias ketika karnaval juga sudah bisa merias sebagian besar anak anak sini, dll.”<sup>126</sup>

Bapak Edi Basuki menjelaskan bahwa program keterampilan awalnya adalah untuk menampung kegelisahan masyarakat, beliau menyatakan :

“Akhir-akhir ini memang yang trend adalah keterampilan, setelah lulus kira-kira anak mempunyai keterampilan apa dan nanti kerja dimana bagi yang tidak kuliah. Itu merupakan salah satu kegelisahan

---

<sup>125</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>126</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

masyarakat. Kita berusaha menampung keinginan masyarakat terkait hal tersebut, kita rapatkan bersama. Dan hasil keputusan rapat bersama adalah bahwa anak yang lulus di madrasah maarif ini selain mendapat ilmu agama dan umum, mereka juga harus dibekali keterampilan. Ini penting, karena orang hidup itu butuh keterampilan untuk ditekuni menjadi penghasilan kerja. Akhirnya kami putuskan membuka tujuh program keterampilan tersebut, dan kami berusaha menyediakan semua sarana dan prasarana yang diperlukan agar anak bisa benar-bener praktik langsung.”<sup>127</sup>

Ayu Hamidah lulusan MA Ma’arif Udanawu yang sekarang menjadi mahasiswa IAIN Kediri menjelaskan bahwa:

“Awalnya dulu saya ingin sekolah ke luar daerah, ikutan teman-teman. Trus karena MA Ma’arif membuka program keterampilan akhirnya saya putuskan untuk melanjutkan ke sekolah tersebut. Saya ambil keterampilan tata busana. Kami diajari berbagai hal, misalnya; mendesain baju, membuat mal baju, memotong kain untuk baju, menjahit baju, dll. Kebetulan di rumah punya mesin jahit jadi sedikit banyak bisa saya praktekan pengalaman belajar yang saya dapatkan di MA Ma’arif.”<sup>128</sup>

Hal yang disampaikan narasumber diatas sesuai dengan bukti dokumen foto yang didapat peneliti melalui akun instagram MA Ma’arif udanawu tentang pembuatan batik ciprat dari program keterampilan.<sup>129</sup>

---

<sup>127</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 juni 2020. Pukul 11.00

<sup>128</sup> Wawancara dengan Ayu Hamidah via online, tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

<sup>129</sup> Dokumen foto kegiatan keterampilan di MA Ma’arif Udanawu diambil dari akun IG tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00





Gambar 4.41 Program keterampilan di MA Ma'arif Udanawu

Dari data diatas diketahui bahwa pembelajaran di MA Ma'arif Udanawu tidak hanya belajar tentang ilmu agama saja akan tetapi siswa juga dibekali ketampilan sebagai salah satu modal usaha ketika mereka nanti lulus belajar.

d. Pengembangan prestasi siswa

Pengembangan prestasi juga dilaksanakan secara intens di MA Ma'arif Udanawu. Siswa dan siswi MA Ma'arif juga sering menjuarai beberapa lomba baik ditingkat lokal maupun nasional. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Edi Basuki ketika diwawancarai oleh peneliti di ruang kerja beliau:

“Memang di madrasah itu identik dengan pembelajaran agama Islam, tapi kami berusaha memenuhi keinginan masyarakat. Selain belajar agama juga harus bisa dalam ilmu-ilmu umum. Mohon maaf, jika dibandingkan dengan sekolah tingkat umum disekitar sini kami tidak kalah kami punya banyak prestasi. Jika kami juara maka kami buat banner dan kami pampang di pagar madrasah. Kami juga mendapat nilai Ujian Nasional yang siap dibanggakan dan banyak para lulusan

kami yang diterima perguruan tinggi terkemuka; bisa anda lihat di pintu masuk madrasah kami pampang di situ.”<sup>130</sup>

Hal tersebut diatas juga diperkuat oleh pernyataan Bapak Faiz Balya sebagai kepala Madrasah I, beliau mengatakan:

“Kami menyebutnya *excellent program*, yaitu jam tambahan diluar kegiatan belajar mengajar. Dan tutornya kami datangkan dari beberapa perguruan tinggi terkemuka bahkan para tutornya menginap disini. Dimana target kami adalah prestasi siswa diberbagai lomba baik lokal atau nasional, nilai Ujian Nasional Siswa, dan juga lulusan yang diterima diberbagai perguruan tinggi terkemuka. Excelent program kami buat untuk menjawab keinginan masyarakat bahwa menyekolahkan anak di madrasah selain dapat ilmu agama juga mendapatkan ilmu umum, dan buktinya prestasi tersebut. Perolehan prestasi kegiatan lomba, peringkat hasil ujian nasional, dan lulusan yang diterima diperguruan tinggi terkemuka biasanya kami sampaikan waktu pertemuan wali murid awal ajaran baru dan juga pada acara wisuda akhir tahun.”<sup>131</sup>

Bapak Mohammad Doif menjelaskan bahwa brand prestasi dibuktikan dengan banyaknya perlombaan yang dimenangkan oleh para siswa MA Ma’arif Udanawu, beliau menyatakan :

“Dalam ilmu umum brand yang ingin kami kenalkan adalah “prestasi,” jadi kami aktif dalam ikut perlombaan baik di tingkat Kabupaten, provinsi, dan nasional. Dan hasilnya cukup menggembirakan karena anak-anak banyak mendapat juara baik itu lomba yang bersifat akademik dan non akademik, misal; lomba olimpiade matematika, aksioma, kompetensi sains madrasah, kejuaraan paku bumi cup 2 bogor, festival rebana se jawa timur, ajang duta genre, porsigal, dll. Hal-hal tersebut kami sampaikan ke masyarakat dengan cara lewat media sosial, pertemuan wali murid, waktu wisuda, dan setiap juara

---

<sup>130</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>131</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

pasti kami umumkan lewat banner di pagar depan madrasah. Selain masyarakat mengetahui prestasi yang didapatkan anak-anak, hal ini juga memacu prestasi anak yang lain untuk lebih giat dalam berprestasi.”<sup>132</sup>

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen terkait prestasi siswa yang didapat peneliti lewat akun facebook MA Ma’arif Udanawu.<sup>133</sup>



Gambar 4.42 dokumen prestasi siswa MA Ma’arif Udanawu

Dari paparan data dan bukti dokumen diatas dapat diketahui bahwa salah satu cara untuk menarik minat masyarakat adalah dengan rangkaian capaian prestasi siswa. Prestasi-prestasi tersebut menjadi bukti bahwa sebuah lembaga pendidikan mempunyai layanan pendidikan yang berkualitas bagi para peserta didiknya.

## 2) Pendekatan eksternal

<sup>132</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>133</sup> Dokumen foto prestasi siswa diambil dari akun FB tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

Dalam pendekatan eksternal MA Ma'arif Udanawu melaksanakan 3 cara pendekatan. Yaitu pendekatan sosial, pendekatan individual, dan pendekatan interaksional. Pendekatan sosial merupakan cara pandang lembaga tentang masyarakat secara luas dimana masyarakat Blitar, Kediri, Tulungagung yang plural. Pendekatan individual adalah bagaimana lembaga menjaga hubungan baik dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, dan atau pejabat pemerintahan. Pendekatan interaksi adalah bagaimana lembaga memandang bahwa di masyarakat ada organisasi-organisasi yang saling keterkaitan untuk bekerjasama mutualisme dalam menjaga eksistensinya.

a. Pendekatan sosial

Ketika pak Mohammad Doif duduk dan mengobrol bersama beberapa guru, peneliti mendatangi dan menanyakan terkait pendekatan sosial. Beliau menjelaskan:

“MA Ma'arif adalah lembaga pendidikan Islam yang hadir ditengah-tengah masyarakat untuk melayani kebutuhan pendidikan mereka. Dalam pelaksanaan pendekatan sosial pada masyarakat yang cenderung plural kami tetap konsisten pada pendidikan Islam, akan tetapi program yang kami laksanakan memang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat. Contoh saja ketika masyarakat ingin anak-anaknya belajar kitab kuning, pendalaman Al Qur'an dan hadist maka kami berusaha mewujudkan dengan membangun pondok pesantren.”<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Bapak Edi Basuki menjelaskan bahwa sebagai lembaga pendidikan berbasis agama maka jasa yang ditawarkan juga harus mengikuti keinginan masyarakat. Dimana MA Ma'arif sendiri dalam layanan pendidikan menawarkan konsep *three in one* yaitu kesatuan antara ilmu agama Islam, ilmu umum, dan keterampilan. Seperti yang disampaikan beliau :

“Namanya sekolah kan menjual jasa, dan jasa itu berupa pelayanan pendidikan. Untuk itu supaya kita laku, maka ya mengikuti keinginan masyarakat. Kita mengenalkan tiga hal atau yang kita sebut *three in one*; yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Ketiga hal tersebut yang sering kita tunjukkan ke masyarakat luas. Atau anda sebut brand image tadi, untuk brand agama yaitu syar’i, untuk brand ilmu umum adalah prestasi, dan untuk brand keterampilan adalah siap kerja.”<sup>135</sup>

Bapak Faiz Balya ketika diwawancarai oleh peneliti menjelaskan tentang cara menjaga nama baik lembaga (*brand image*) ditengah masyarakat yang bermacam-macam dari segi budaya, pekerjaan, kebutuhan, keinginan. Beliau menjelaskan :

“Masyarakat itu kan luas dan plural, artinya bermacam-macam. Untuk menjaga nama kita di tengah-tengah mereka maka ya harus mendekati mereka. Istilahnya pendekatan sosial dalam menjaga brand MA Ma'arif . Dalam pendekatan tersebut kita memandang masyarakat secara utuh baik itu budayanya, kebiasaannya, keinginannya, harapannya, atau juga kebutuhannya. Kami merespon hal-hal tersebut kaitannya dengan jasa pendidikan dengan membuat istilah *three in one*, yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan.”<sup>136</sup>

---

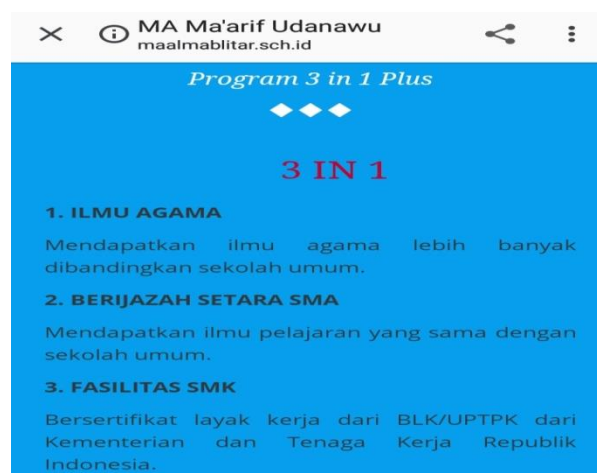
<sup>135</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>136</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

Pak Zamroji selaku pendiri MA Ma'arif menjelaskan konsep *three in one* merupakan jembatan untuk mewedahi keinginan masyarakat. Beliau mengatakan:

“Istilah *three in one* itukan mengakomodasi keinginan masyarakat, tentunya karena lembaga ini berbasis agama maka yang utama ya belajar ilmu-ilmu agama. Tetapi kita tidak menutup diri untuk mengajari anak-anak ilmu pengetahuan umum dan hasilnya capaian prestasi yang tidak kalah dengan sekolah umum. Selain itu, lulusan setingkat sekolah menengah atas itukan tidak semua melanjutkan ke perguruan tinggi, kita mempersiapkan itu dengan membuka program keterampilan. Harapannya mereka dibekali keterampilan supaya nanti diterapkan langsung di masyarakat. Jadi *three in one* itu semacam paket lengkap bagi lulusan kami. Ilmu agama dapat, ilmu umum dapat, dan keterampilan dapat.”<sup>137</sup>

Hal yang disampaikan narasumber diatas di cross check peneliti melalui website resmi MA Ma'arif Udanawu, dalam web tersebut didapati layanan *three in one* yang dimaksudkan.<sup>138</sup>



<sup>137</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>138</sup> Observasi di akun website MA Ma'arif Udanawu, tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

Gambar 4.43 konsep *three in one* yang ada di MA Ma'arif Udanawu.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, bahwa penting sebuah madrasah mempunyai jargon untuk dikenalkan ke masyarakat luas sebagai brand lembaga. MA Ma'arif Udanawu mengangkat jargon *three in one*, yang mana jika belajar di MA Ma'arif akan mendapat tiga layanan jasa pendidikan yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan.

b. Pendekatan interaksional

Pendekatan interaksional di MA Ma'arif Udanawu dilakukan dengan cara menjaga pola interaksi yang baik dengan segenap organisasi publik. Selain itu, pak Zamroji selaku ketua yayasan juga mempunyai pengaruh terhadap publik di wilayah Blitar. Hal ini disampaikan oleh Bapak Mohammad Doif :

“Pak Zam sendiri adalah tokoh NU, beliau juga lama telah menjabat sebagai ketua MUI Kabupaten Blitar. Dengan ketokohan beliau, secara tidak langsung pola interaksi terjaga dengan organisasi publik lainnya; misalnya dengan ormas Islam selain NU, organisasi pemerintahan, lembaga pendidikan lainnya, dinas kesehatan, BLK, PMI, dan perguruan tinggi negeri dan swasta. Organisasi-organisasi dalam masyarakat yang sangat banyak akan beranggapan bahwa beliau (Pak Zamroji) mempunyai lembaga pendidikan yang notebene dikelola dengan sungguh-sungguh dan out put lulusan tidak mengecewakan, maka hal tersebut menjadi brand lembaga sekaligus daya tarik bagi masyarakat luas.”<sup>139</sup>

Bapak Faiz juga menambahkan cara lain dalam pendekatan interaksional adalah dengan bekerjasama dengan beberapa pihak. Beliau menjelaskan:

---

<sup>139</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

“Cara lain dalam mengenalkan madrasah adalah dengan bekerjasama dengan beberapa pihak, yang sifatnya saling menguntungkan. Dengan bekerjasama kita akan lebih mengenalkan madrasah ke luar sehingga kami berharap banyak yang mengenal kami. Kami bekerjasama dengan IAIN Kediri, UNU Blitar, dan Universitas Negeri Malang ditingkat perguruan tinggi. Kami juga bekerjasama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Kebun raya Purwodadi, dengan kepolisian dan TNI Kabupaten Blitar, dengan PMI Kabupaten Blitar, Balai Latihan Kerja (BLK) Tulungagung untuk program keterampilan, dan Lembaga SMP/MTs dan SD/MI dalam pelatihan Pramuka.”<sup>140</sup>

Bapak Zamroji menjelaskan bahwa segenap guru dan staf selalu menjaga pola interaksi dengan masyarakat lingkungan madrasah, lingkungan rumah masing-masing, dan organisasi-organisasi masyarakat yang ada. Hal tersebut akan berdampak bagi nama kebaikan lembaga. Hal ini disampaikan ketika peneliti mewawancarai beliau diruang kerjanya:

“Interaksi yang baik harus kita jaga dengan organisasi-organisasi masyarakat luas. Alhamdulillah, sebagian dari pengajar disini juga orang yang berkecimpung dalam organisasi dan punya pengaruh bagi masyarakat sekitar tempat tinggalnya. Hal ini cukup membanggakan, dalam artian bahwa guru itu sebagai brand image bagi tempat ia mengajar. Contoh; guru dalam berorganisasi selalu ramah dan sopan, berpakaian syar’i, akhlaknya baik, bermanfaat bagi masyarakat. Hal-hal tersebut pasti berdampak juga terhadap lembaga. Misal ada anggapan di masyarakat, oh... guru MA Ma’arif ternyata sopan-sopan dan akhlaknya baik.”<sup>141</sup>

---

<sup>140</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>141</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00



Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapatkan dari akun Fb MA bahwa MA Ma'arif bekerjasama dengan beberapa organisasi kemasyarakatan. Dibawah ini adalah bukti dokumen kerjasama dengan PMI.<sup>142</sup>



Gambar 4.44 Kerjasama donor darah dengan PMI

Ma'arif Udanawu bahwa Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa dalam komunitas masyarakat tentunya banyak sekali organisasi yang eksis dan mempunyai berbagai tujuan masing-masing. Seperti organisasi lainnya, MA Ma'arif juga butuh berinteraksi dengan organisasi-organisasi lainnya. Hal ini dilakukan sebagai wujud simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan di kedua belah pihak. Beberapa pola interaksi dilaksanakan oleh MA Ma'arif dengan beberapa organisasi diantaranya dengan beberapa ormas Islam, organisasi pemerintahan, lembaga pendidikan lainnya, dinas kesehatan, BLK, PMI, dan perguruan tinggi negeri dan swasta

#### c. Pendekatan individual

---

<sup>142</sup> Dokumen foto yang diambil dari akun FB tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

Dalam pendekatan individual, MA Ma'arif Udanawu menjalin dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pejabat pemerintahan, tokoh masyarakat, tokoh publik, dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk merangkul dan mengenalkan MA Ma'arif kepada para tokoh yang dianggap berpengaruh. Hal ini disampaikan oleh bapak Edi Basuki sebagai berikut:

“Untuk pejabat pemerintahan, kami pernah mengundang baik dari pimpinan tingkat desa sampai tingkat Kabupaten. Para tokoh agama dan tokoh masyarakat juga pernah kami undang, misal dalam acara wisuda, milad madrasah, peringatan hari besar Islam, peresmian gedung, dll. Para tokoh publik dan pejabat pemerintahan merupakan individu-individu yang berpengaruh di komunitasnya. Jadi pendekatan kami kepada beliau-beliau merupakan cara mengenalkan lembaga secara individual.”<sup>143</sup>

Di sela-sela wawancara Bapak Mohamad Doif juga menegaskan akan pentingnya merangkul tokoh publik dan para pejabat pemerintahan. Beliau menegaskan:

“Namanya lembaga pendidikan, tentu jika didatangi tokoh masyarakat atau pejabat pemerintahan pasti akan merasa senang walupun harus mempersiapkan berbagai hal. Momen seperti itu juga merupakan kesempatan bagi kami untuk menunjukkan tentang eksistensi dan juga prestasi lembaga ini. Disisi lain jika ada tokoh publik atau pejabat pemerintahan yang datang maka kami sempatkan untuk bersih-bersih, pengecatan, penataan sarana prasarana; yang jelas menambah bagaimana lembaga ini tampak indah. Sehingga setiap orang yang datang ke sinimendapatkan kesan positif. Kesan-kesan tersebut yang merupakan image positif bagi eksistensi lembaga kami.”<sup>144</sup>

---

<sup>143</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>144</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapatkan dari akun FB MA Ma'arif Udanawu bahwa dalam kegiatan nobar film G30S/PKI mengundang Dandim, Bupati, Ketua MUI, tokoh agama, dan perangkat desa setempat.<sup>145</sup>



Gambar 4.45 Beberapa tokoh dalam acara nobar di MA Ma'arif

Dari paparan yang disampaikan oleh Bapak Edi Basuki dan Bapak Mohammad Doif menegaskan bahwa individu yang mempunyai pengaruh di masyarakat (seperti tokoh agama dan pejabat pemerintahan) perlu untuk didekati dan dirangkul agar sebuah lembaga pendidikan bisa dikenal oleh khalayak umum dan masyarakat luas.

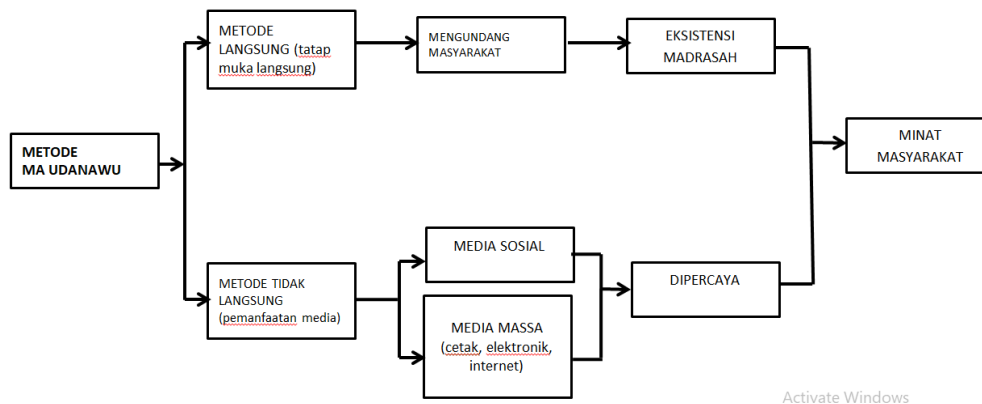
#### **b. Metode dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

MA Ma'arif Udanawu lembaga berbasis masyarakat yang mengusung konsep integrasi ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Hal ini yang menjadi nilai

---

<sup>145</sup> Dokumen foto yang diambil dari akun FB tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

lebih sekaligus nilai jual di masyarakat. Publik menganggap jika siswa belajar di MA Ma'arif Udanawu maka akan mendapat paket lengkap, yaitu bekal ilmu agama Islam, bekal pengetahuan umum, dan bekal keterampilan sebagai modal skill kerja siswa. Dalam membangun brand lembaga MA Ma'arif menerapkan metode langsung dan metode tidak langsung. Metode langsung adalah membangun brand image lembaga dengan cara langsung berhadapan dengan masyarakat, sedangkan metode tidak langsung adalah dengan memanfaatkan media. Skema metode dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.46 Skema Metode dalam Membangun *Brand Image* di MA Udanawu

### 1) Metode langsung

Metode langsung berarti dalam membangun *brand image* MA Ma'arif Udanawu berhadapan langsung dengan cara mendatangkan atau mengundang masyarakat ke MA Ma'arif Udanawu, seperti dengan para wali murid, orang

tua siswa, dan masyarakat setempat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh

Bapak Faiz Balya :

“Metode langsung artinya kami berhadapan langsung dengan obyek yang dituju, yaitu orang tua, wali siswa, dan masyarakat. Dan kegiatannya berlangsung saat itu juga. Kegiatan ini kami lakukan agar ada komunikasi yang baik antara pihak kami sebagai pengelola madrasah dengan pihak masyarakat yakni walisiswa. Komunikasi itu sangat penting ya.... supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara kami dengan walisiswa terkait beberapa program atau kegiatan yang kami lakukan. Dengan komunikasi yang intens dengan masyarakat insyaAllah citra kami atau anda sebut brand tadi bisa tetap menjadi baik di mata masyarakat..”<sup>146</sup>

Bapak Mohammad Doif menjelaskan bahwa dengan mengundang masyarakat datang langsung ke madrasah akan menambah minat atau daya tarik bagi masyarakat. Beliau menyatakan:

“Sangat perlu sekali masyarakat atau orangtua wali diundang di madrasah. Ketika mereka datang langsung ke madrasah kan mereka tahu betul bagaimana kondisi disini, mereka juga tahu fasilitas yang ada, mereka juga akan tambah percaya atas keseriusan kami dalam mendidik putra-putri mereka. Bisa saya katakan jika mengundang masyarakat untuk datang ke madrasah berimplikasi terhadap meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan yang kami selenggarakan.”<sup>147</sup>

Ketika diwawancarai peneliti, Bapak Mohammad Doif menjelaskan tentang kelebihan metode langsung. Beliau menyatakan :

“Kelebihan metode langsung adalah kita sebagai pengelola lembaga bisa bertemu langsung dengan obyek yang kita tuju yaitu masyarakat

---

<sup>146</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>147</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

yang diwakili wali siswa. Dan itu lebih mengena, artinya masyarakat lebih bisa fokus terhadap hal-hal yang kita sampaikan. Dalam pertemuan langsung itu lebih mengakrabkan kami dengan masyarakat, ada semacam ikatan emosional antara madrasah dengan masyarakat. Namanya ngopeni anak orang, tentu kita juga harus tahu orang tuanya. Mereka juga cukup antusias untuk hadir dalam acara yang kami selenggarakan.”<sup>148</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Edi Basuki tentang keuntungan metode langsung. Beliau menyatakan bahwa:

“Keuntungan dari metode langsung adalah para orang tua mengetahui kondisi real lokasi anaknya belajar. Mereka mengetahui sarana prasarana yang digunakan dalam pembelajaran. Mereka juga mengetahui pendidik dan tenaga kependidikan yang melayani putra-putrinya di madrasah. Mereka tentu juga mengetahui prestasi-prestasi yang diraih para siswa MA Ma’arif. Hal ini penting, karena hal tersebut berdampak pada komunikasi antara pihak madrasah dan masyarakat menjadi harmonis.”<sup>149</sup>

Bapak mohammad Doif ketika diwawancarai oleh peneliti menambahkan terkait memberikan layanan prima bagi masyarakat yang datang di MA Ma’arif Udanawu. Beliau menyatakan :

“Kesan masyarakat akan muncul terkait dengan jasa layanan yang kita lakukan mas. Dalam membangun kesan masyarakat secara langsung itu kiranya terkait dalam 3 hal. Satu, terhadap layanan jasa pendidikan kepada para siswa terutama terkait ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan; dua, terhadap layanan prima yang kami berikan ketika mengundang orangtua wali ke madrasah; tiga, layanan yang kami berikan kepada warga masyarakat sekitar madrasah.”<sup>150</sup>

---

<sup>148</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>149</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>150</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Kemudian Bapak Mohammad Doif menambahkan tentang pertemuan langsung yang dapat menambah keyakinan masyarakat terhadap jasa pendidikan yang diselenggarakan:

“Dengan pertemuan langsung tentu dapat menambah keyakinan pada masyarakat atas usaha kami dalam mengelola lembaga khususnya dalam mendidik anak-anak, seperti dalam acara wisuda, istighosah, pertemuan wali siswa pada ajaran baru, pengambilan raport, penyelenggaraan pengajian umum, bekerjasama dengan berbagai pihak, pelaksanaan ujian try out tingkat MTs/SMP.”<sup>151</sup>

Hal diatas sesuai bukti dokumen terhadap sosialisasi program madrasah yang mengundang wali murid.<sup>152</sup>



Gambar 4.47 sosialisasi program MA yang mengundang wali murid.

Dalam metode langsung, MA Ma'arif Udanawu mengundang masyarakat secara langsung untuk menunjukkan semua program yang dilaksanakan MA seperti dalam kegiatan wisuda, Istighosah, pertemuan awal tahun ajaran dengan wali santri, dan melaksanakan ujian try out tingkat SMP/MTs. Hal ini dilakukan

---

<sup>151</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>152</sup> Dokumen sosialisasi program diakses dari akun FB MA Ma'arif tanggal 25 Juni 2020

agar madrasah senantiasa dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas terutama yang berkepentingan terhadap keberadaan lembaga.

## **2) Metode tidak langsung**

Metode tidak langsung berarti dalam membangun brand image lembaga tidak berhadapan langsung dengan obyek yang dituju, yaitu dengan memanfaatkan media social dan media massa.

### **a. Saluran Media sosial**

Bapak Faiz menyampaikan bahwa media sosial merupakan sarana paling efektif dalam menunjukkan keberadaan lembaga pada masyarakat luas. Hal seperti yang disampaikan beliau ketika diwawancarai peneliti:

“Lembaga pendidikan tentu orientasinya pada jasa, dan pengguna jasa pendidikan adalah masyarakat luas. Supaya masyarakat tetap berminat kepada layanan yang kami berikan, ya mereka harus tahu terkait program dan kegiatan yang ada di sini. Kami memang menggunakan media sosial sebagai sarana efektif untuk menunjukkan kepada publik tentang keberadaan kami. Media sosial yang kami pakai adalah channel youtube madrasah, instagram madrasah, dan facebook madrasah.”<sup>153</sup>

Bapak Edi Basuki menjelaskan bahwa program dan kegiatan yang di share pada media sosial dapat membuktikan bahwa belajar di madrasah tidak cuma mendapat ilmu agama tetapi juga ilmu umum dan mendapat keterampilan. Seperti yang disampaikan beliau ketika diwawancarai peneliti:

---

<sup>153</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00



“Dengan segala program dan kegiatan yang dijalankan di lembaga ini, terus kami tunjukkan lewat media online baik youtube, instagram, website, dan facebook. Kami ingin masyarakat beranggapan bahwa bersekolah di madrasah tidak melulu belajar ilmu agama saja, tapi juga berprestasi dalam ilmu umum, dan lulus dari sini mendapatkan keterampilan yang siap untuk bekerja.”<sup>154</sup>

Pak Jupri selaku kepala bidang TU menjelaskan kegiatan apa saja yang perlu dishare di media sosial. Beliau menyatakan:

“Ya jika dianggap menarik maka kami share melalui media sosial mas, kemarin tentang kunjungan dari direktorat KSKK Madrasah Ditjen Pendis Kementerian Agama tentang tinjauan kurikulum madrasah Aliyah Kejuruan maka itu kami share lewat media sosial. Ya sebagai brand bahwa di lembaga Islam juga ada program keterampilannya dan diakui oleh regulasi pemerintah. Juga ada anak yang menjadi pemenang iklan sampo hijab tahun 2018 namanya Ananda Fadila, itu kami share bahwa madrasah ini juga mampu berprestasi di kancah nasional dibidang non akademik. Pada bidang tata busana, kemarin kita praktik langsung membuat batik ciprat, itu ya kami dokumentasikan dan kami share lewat media sosial. Intinya semua kegiatan dan program berusaha kami dokumentasikan dan kami pilah-pilah untuk kami share ke publik, sehingga mereka tahu bahwa di sini ada lembaga pendidikan Islam yang konsen dan konsisten terhadap ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan.”

Ketika diwawancarai oleh peneliti di ruang kerjanya, bapak Faiz Balya menjelaskan tentang pentingnya mengenalkan program-program madrasah kepada masyarakat luas. Beliau menyatakan:

“Mengenalkan madrasah adalah bagian dari mengenalkan program madrasah kepada khalayak. Jadi memang program madrasah itu harus kita share, semua harus mengetahui terutama wali siswa. Kami

---

<sup>154</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

berharap para orangtua dan wali mengetahui secara utuh program yang kami tawarkan baik dalam hal keagamaan, ilmu umum, dan keterampilan. Jangan sampai mereka menyekolahkan anaknya disini tetapi tidak tahu betul rangkaian kegiatan di madrasah ini. Dengan mengetahui program yang ada, setidaknya para orangtua wali menjadi paham terkait berbagai kegiatan yang dilakukan anaknya di madrasah. Misalnya ada beberapa kegiatan yang dilaksanakan di malam hari seperti ; bela diri ketika kenaikan tingkat, pramuka pas ada persami, ngaji malam minggu.”<sup>155</sup>

Beliau juga menambahkan terkait kegiatan-kegiatan yang dishare ke publik melalui media sosial:

“Hal-hal yang kami share lewat media online antara lain; kegiatan keagamaan (seperti peringatan maulid Nabi, sholawatan), kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan pembelajaran siswa, kunjungan direktorat KSKK Madrasah Ditjen Pendis kementerian Agama, karya siswa, profil lembaga, pendidikan tentang bahaya Covid 19, apresiasi terhadap hari besar agama dan nasional, prestasi siswa, info PPDB, dll.”<sup>156</sup>

Hasil observasi peneliti melalui internet bahwa akun facebook, instagram, dan cahnnel youtube MA Ma’arif Udanawu dalam keadaan aktif dan selalu update informasi.<sup>157</sup>

Dari penjelasan beberapa narasumber dapat diketahui bahwa segenap pimpinan MA Ma’arif berasumsi bahwa media sosial saat ini merupakan sarana yang paling efektif dalam membangun opini publik. Media sosial juga merupakan salah satu cara masyarakat ingin mengetahui segala informasi terkait

---

<sup>155</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>156</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>157</sup> Observasi media social MA Ma’arif Udanawu melalui internet tanggal 28 Juli 2020.

keberadaan MA Ma'arif. Disisi lain, jangkauan media sosial juga mampu mencapai keseluruhan wilayah desa dan Kota.

#### b. Saluran Media Massa

Pemanfaatan teknologi merupakan media dalam membangun brand image secara tidak langsung, hal ini yang disampaikan oleh Bapak Zamrodji. Beliau mengatakan :

“Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini kita juga harus memanfaatkannya, artinya informasi dapat diakses kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja. Jadi ketika masyarakat pengen tahu tentang Madrasah ini misalnya, cukup di rumah saja dan sudah mengetahui informasi lengkap tentang keberadaan lembaga kami melalui media massa. Dan setiap informasi yang kami sampaikan ke masyarakat luas selalu kami update mas, sehingga hal-hal baru yang ada di MA Ma'arif ini dapat diakses banyak orang terutama yang berkepentingan terhadap lembaga.”<sup>158</sup>

Bapak Faiz Balya juga menambahkan tentang manfaat media massa, beliau menjelaskan:

“Saya kira manfaat media massa adalah bisa menjangkau keseluruhan kalangan masyarakat mas, terutama bagi orang tua yang mempunyai anak usia aliyah. Hal ini penting kami lakukan karena agar informasi bisa menjangkau kemana saja. Biasanya gini mas, walaupun anak sudah remaja tetapi orang tua itu berpengaruh terhadap pilihan sekolah anaknya. Mereka cari informasi terkait lembaga untuk sekolah anaknya. Untuk itu kami memanfaatkan massa seperti TV, surat kabar, dan website resmi madrasah.”<sup>159</sup>

---

<sup>158</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>159</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

Ketika peneliti bertemu dengan Pak Jupri selaku kepala TU. Beliau mengatakan kelebihan media massa salah satunya adalah pemanfaatan website yang sifatnya bisa permanen. Seperti yang disampaikan beliau ketika diwawancarai peneliti :

“Penggunaan media web madrasah itu sifatnya bisa permanen, jadi kita upload hari ini misalnya; 5 tahun lagi masih bisa dilihat oleh banyak orang. Ya tentu informasi-informasi yang kita sajikan selalu kita update. Karena info itu kan terus berubah atau berkembang. Dari segi ekonomis, pemanfaatan website itu bisa menghemat biaya, tenaga, dan waktu. Jadi jika pertemuan langsung itu butuh persiapan yang matang butuh anggaran, mengorganisasikan anggota, penentuan jadwal kegiatan. Sedang jika menggunakan website itu bisa kapan saja, bahkan di rumah juga bisa. Materi yang kita upload juga bisa kita kreasi sedemikian rupa, sehingga tampilan materi bisa sempurna.”<sup>160</sup>

Selain untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, pemanfaatan media massa merupakan alat untuk membuat *brand image* lembaga. Pak Faiz menyampaikan:

“Selain menginformasikan terkait beberapa hal tadi, tujuan kami mengenalkan diri ke masyarakat melalui media massa/sosial adalah menjaga brand image kita sebagai lembaga pendidikan Islam yang mendidik ilmu agama, berprestasi, dan menyediakan keterampilan bagi para lulusan. Alhamdulillah, kita selama ini tidak sampai mengalami penyusutan pendaftar siswa baru setiap tahunnya. Untuk media massa yang kita pakai misalnya media internet yaitu web madrasah, media cetak itu surat kabar, dan media elektronik itu TV dan radio”<sup>161</sup>

---

<sup>160</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Juprianto, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>161</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

MA Ma'arif Udanawu selalu berharap dikenal oleh masyarakat luas dan publik mempunyai opini yang positif terhadap layanan pendidikan yang diselenggarakan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Zamrodji:

“Ya kita selalu menginginkan bahwa masyarakat luas mengenal kita, dan publik mempunyai opini yang positif terhadap lembaga ini. Hal-hal yang kita sampaikan di media massa sesungguhnya sasarannya untuk publik yang jauh dari kita. Karena masyarakat sekitar sini sudah tahu betul tentang keberadaan kami. Brand lembaga yang ingin kita sampaikan ke masyarakat luas adalah MA Ma'arif mengajarkan ilmu agama, MA Ma'arif mengukir prestasi, dan MA Ma'arif mendidik keterampilan.”<sup>162</sup>

Bapak Mohammad Doif menjelaskan bahwa opini publik akan terbentuk jika lembaga secara sungguh-sungguh dalam memberi layanan pendidikan kepada para siswanya. Seperti yang disampaikan beliau:

“Opini publik itu sebenarnya sudah terbentuk dengan sendirinya; dengan kesungguhan kita dalam bekerja, kesungguhan kita mendidik anak-anak, kesungguhan kita dalam mengelola organisasi. Media massa itu digunakan untuk mempermudah masyarakat dalam mencari tahu terkait lembaga ini. Sekarang kan sudah tidak jaman ya mas orang tua datang ke sini mencari info untuk mendaftarkan anaknya, mereka cukup duduk sambil buka HP dan cari info tentang MA Ma'arif.”<sup>163</sup>

Bapak Jupri menjelaskan bahwa prestasi dan kegiatan siswa mampu membangun opini publik, seperti yang disampaikan ketika diwawancarai peneliti di ruang kerja beliau:

---

<sup>162</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>163</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

“Dari sekian informasi yang kami share itu paling banyak tentang prestasi dan kegiatan siswa. Karena rata-rata masyarakat pengen mengetahui tentang apa saja yang dilakukan siswa di madrasah dan prestasi apa yang telah diraih oleh para siswa. Ya wajar karena siswa merupakan obyek yang mendapatkan pendidikan secara langsung.”<sup>164</sup>

Dengan penyampaian informasi lewat media massa dan social, Bapak Faiz Balya menyampaikan bahwa minat masyarakat terhadap layanan jasa pendidikan yang diselenggarakan oleh MA Ma’arif Udanawu menunjukkan hasil baik. Beliau mengatakan:

“Alhamdulillah minat masyarakat terhadap layanan kami menunjukkan hasil baik, akan tetapi hal-hal tertentu tetap kami umumkan misalnya terkait pengumuman pendaftaran siswa baru. Sebenarnya rangkaian informasi yang kami share lewat media massa dan social itu secara tidak langsung menunjukkan pemasaran kita kepada masyarakat. Artinya rangkaian program dan kegiatan yang disampaikan ke masyarakat itu mampu membangun mainset masyarakat atas kehadiran layanan jasa pendidikan yang kami selenggarakan. Jadi semua kesungguhan atas pengelolaan lembaga ini merupakan faktor kuat dalam menarik minat masyarakat.”<sup>165</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri adalah bukti dokumen surat kabar yang meliput kegiatan MA Ma’arif Udanawu.<sup>166</sup>

---

<sup>164</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Juprianto, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>165</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>166</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan yang diliput surat kabar, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



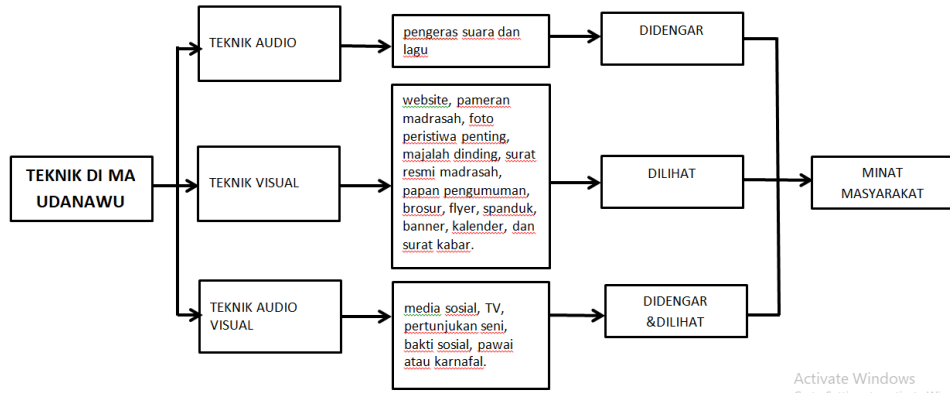
Gambar 4.48 kegiatan sholat khusuf yang diliput surat kabar

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa pemanfaatan media massa adalah sarana yang efektif karena menjangkau wilayah secara luas. Hal-hal yang dishare melalui media massa diantaranya program-program lembaga, prestasi siswa, flyer dan video pendek, dan kegiatan peringatan hari besar agama dan nasional. Hasil dari pemanfaatan media massa adalah madrasah dikenal, diterima, dan dipercaya oleh masyarakat luas dan berimplikasi meningkatnya jumlah pendaftar pada tiap tahun ajaran baru.

**c. Teknik dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar**

MA Ma'arif udanawu terkenal dengan sebutan MA Plus Keterampilan di masyarakat. Brand keterampilan inilah yang menjadi magnet penarik simpati masyarakat. Walaupun secara geografis MA Ma'arif udanawu berada di wilayah pedesaan namun kekuatan brand image-nya sangat kuat dan terbukti bahwa setiap tahun jumlah siswa di MA Ma'arif senantiasa bertambah. Dalam teknik

membangun brand image di MA Ma'arif Udanawu terdapat tiga teknik yaitu visual, audio, dan audio visual. Dibawah ini ditampilkan skema teknik dalam membangun brand image madrasah:



Gambar 4.49 Skema temuan teknik dalam membangun brand image lembaga

### 1) Teknik audio/suara

Dalam membangun brand image lembaga tentang pemanfaatan media audio, MA Ma'arif menggunakan pengeras suara, dan lagu

#### a. Menggunakan pengeras suara

Beliau menambahkan bahwa bacaan asmaul husna setiap pagi oleh anak-anak dengan pengeras suara juga merupakan wujud membangun brand image lembaga:

“Setiap pagi anak-anak membaca asmaul husna ada yang memimpin dalam kelas satu anak, itu memakai pengeras suara jadi akan terdengar oleh masyarakat sekitar sini. Ya kadang tadarus Al Qur'an, Tahlilan, dan Istighosah. Pelaksanaannya yang mengatur osis, kita cuma



mengarahkannya. Pelaksanaannya jam 06.45 sampai jam 07.00 di kelas masing-masing.”<sup>167</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri adalah bukti dokumen kegiatan membaca Al Qur’an para siswa MA Ma’arif Udanawu.<sup>168</sup>



Gambar 4.50 pelaksanaan membaca Al Qur’an dipagi hari oleh siswa kelas XI

#### b. Lagu

Lagu juga sebagai sarana untuk mengenalkan brand lembaga, terutama tampil pada acara seperti wisuda, acara formal yang lainnya, dan juga lantunan sholawat oleh kesenian hadrah. Hal ini disampaikan Bapak Doif:

“Lagu resmi kami tidak ada, ya kami pada acara-acara tertentu seperti wisuda, acara formal yang dilagukan anak-anak adalah lagu yang biasanya dilantunkan di organisasi NU. Disini juga ada hadrah, jadi pada acara-acara tertentu anak-anak tampil untuk melantunkan

---

<sup>167</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>168</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan siswa sedang membaca Al Qur’an, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

sholawat; misalnya kemarin pas ada acara di kecamatan anak-anak juga tampil”<sup>169</sup>

Dari paparan beberapa narasumber diatas dapat diketahui bahwa MA Ma’arif Udanawu Dalam membangun brand lembaga menggunakan media radio, pengeras suara, dan lagu. Media radio karena bisa menjangkau diluar Blitar, media pengeras suara untuk menjangkau sekitar madrasah, dan media lagu untuk dimanfaatkan dalam acara-acara tertentu.

## **2) Teknik Visual/tampilan**

Ada beberapa teknik visual yang dilakukan oleh MA dalam membangun brand image lembaga diantaranya pemanfaatan website, pameran madrasah, foto peristiwa penting, majalah dinding, surat, papan pengumuman, brosur, flyer, spanduk, banner, kalender, dan surat kabar.

### **a. Pemanfaatan website**

Mengenai pemanfaatan website, bapak Muhammad Doif selaku waka humas menyatakan:

“Kami punya domain website mas, tinggal ketik nama lembaga kami maka disitu sudah ada banyak informasi tentang keberadaan kami. Misalnya tentang pendaftaran siswa baru, kami sampaikan bahwa ada dua jalur penerimaan siswa baru yaitu jalur prestasi dan jalur mandiri.

---

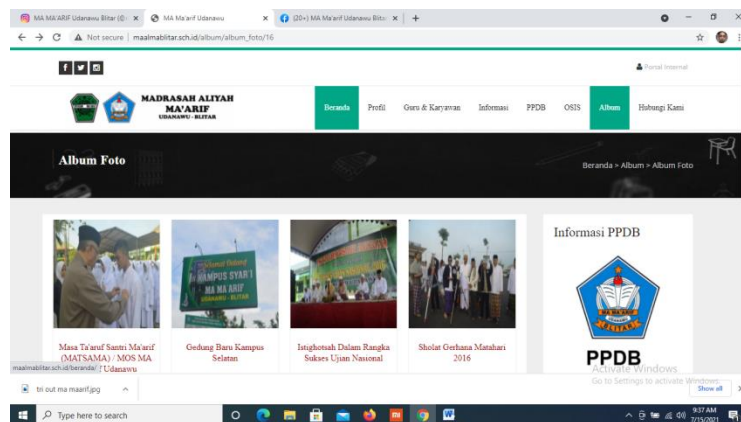
<sup>169</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Terkait profil lembaga kami sampaikan secara lengkap di website kami.”<sup>170</sup>

Beliau juga menambahkan tentang pentingnya website bagi lembaga pendidikan sebagai sarana menyalurkan informasi bagi masyarakat luas:

“Saya kira keberadaan website sekarang ini semacam kewajiban bagi semua institusi pendidikan agar informasi bisa diketahui tidak cuma siswa tapi juga masyarakat luas. Kami mempunyai tenaga ahli IT, jadi informasi yang dianggap penting beliau yang upload. Tetapi semua informasi di kaji dulu oleh waka humas, biasanya ada koreksi sebelum diunggah online.”<sup>171</sup>

Hasil screenshot website resmi MA MA Ma’arif Udanawu Kabupaten Blitar, web masih aktif dan sebagai sarana memberi informasi kepada khalayak umum.<sup>172</sup>



Gambar 4.51 website resmi milik MA Ma’arif Udanawu Kabupaten Blitar

<sup>170</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>171</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>172</sup> Observasi pada akun web MA Ma’arif Udanawu pada 19 Agustus 2020, pukul 11.00

b. Penyelenggaraan pameran madrasah

Ayu Hamidah salah satu alumni MA Ma'arif Udanawu menjelaskan tentang pelaksanaan pameran madrasah, dia mengatakan:

“Ketika milad madrasah, kegiatan yang dilaksanakan yaitu tryout dan bazar. Jadi setiap kelas dikasih stan di halaman madrasah untuk berkreasi menunjukkan barang-barang yang bisa dijual. Teman-teman banyak sih pak yang dijual, ada kemoceng, keset, sapu, makanan ringan, soft drink, alat tulis dan macam-macam. Untuk pengunjungnya bisa orang dari luar tetapi dibatasi. Saya misalnya mengajak adik saya. Jadi tidak sembarang orang bisa masuk.”<sup>173</sup>

Selanjutnya Bapak Muhammad Doif menambahkan tentang pelaksanaan basar ketika milad madrasah:

“Memang kita mengadakan bazar pas milad madrasah, itu sebagai wujud untuk ajang kreatifitas siswa. Kita nilai mana yang paling bagus dari masing-masing kelas atau stan. Anak antusias akan kegiatan tersebut. Ketika pelaksanaannya pas malam yang akhir juga ada pentas seni juga, misalnya; nyanyi, puisi, hadrah, band.”<sup>174</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait kegiatan pameran di MA Ma'arif Udanawu.<sup>175</sup>

---

<sup>173</sup> Wawancara dengan Ayu Hamidah via online, tanggal 28 Juni 2020. Pukul 14.00

<sup>174</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>175</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan pameran madrasah, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.52 Pelaksanaan pameran madrasah di halaman MA Ma'arif Udanawu

c. Foto Peristiwa Penting

Foto-foto peristiwa penting dipublikasikan lewat media online untuk membangun brand lembaga, hal ini disampaikan oleh Bapak M. Doif:

“Setiap kegiatan selalu didokumentasikan oleh Pak Jupri . Beliau sangat rajin pada setiap kegiatan beliau membawa kamera. foto-foto yang menarik dipublikasikan lewat media online dan juga ditempelkan di mading madrasah. Foto-foto juga dimanfaatkan untuk membuat banner, untuk brosur madrasah, untuk ditampilkan di web madrasah. Biasanya beliau menggunakan instagram dan facebook untuk menunjukan kepada khalayak terkait kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh madrasah ini. tentu ada pertimbangan oleh saya sebagai waka humas.”<sup>176</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari facebook dan instagram akun milik MA Ma'arif Udanawu.<sup>177</sup>

<sup>176</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>177</sup> Dokumen foto kegiatan, diakses tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.53 Foto kegiatan keterampilan, kegiatan keagamaan, dan prestasi di MA Ma'arif Udanawu

d. Majalah dinding

Bapak Muhammad Doif menjelaskan pemanfaatan majalah dinding sebagai sarana brand lembaga:

“Majalah dinding ada beberapa buah yang letaknya di teras kelas. Itu digunakan untuk karya siswa, biasanya hasil karya berupa puisi, gambar, karikatur. Itu ditempel dalam jangka waktu beberapa bulan setelah itu diganti lagi. Ya untuk unjuk kemampuan siswa dalam hal kreatifitas. Itu yang mengelola OSIS, kami tidak mengelola secara penuh. Cuma beberapa guru wali kelas yang mengarahkan tentang

konten dari mading itu sendiri. Anak-anak cukup kreatif, menarik kok hasil karya anak-anak.”<sup>178</sup>

Hasil observasi yang didapat peneliti terkait papan mading di MA Ma’arif Udanawu.<sup>179</sup>



Gambar 4.54 Mading MA Ma’arif Udanawu sebagai tempat kreatifitas anak

e. Surat resmi lembaga

Bapak Doif menjelaskan bahwa surat lembaga juga sebagai salah satu untuk membuat berand lembaga, karena dalam surat resmi lembaga terdapat keterangan akreditasi, alamat, logo, dll. Seperti yang beliau sampaikan:

“Untuk surat resmi lembaga itu kan terdapat kop surat. Maka dalam kop surat itu kami cantumkan nama lembaga, alamat lembaga, nomor telepon lembaga, logo lembaga, dan akreditasi lembaga. Dalam kop surat berusaha kami lengkapi detailnya supaya orang yang membaca lebih jelas tentang kami. Kami juga punya amplop tertanda MA Ma’arif, jadi kalau orang dapat surat dari kami pasti langsung tahu bahwa itu surat dari MA Ma’arif Udanawu Blitar.”<sup>180</sup>

---

<sup>178</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>179</sup> Observasi papan mading, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>180</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Bukti dokumen terkait surat resmi MA Ma'arif udanawu Kabupaten Blitar yang pada kop surat terdapat keterangan mengenai logo, peringkat akreditasi, alamat lengkap, dll.<sup>181</sup>



Gambar 4.55 Surat resmi MA Ma'arif Udanawu dimana pada kop surat terdapat keterangan lengkap madrasah.

f. Papan pengumuman

Menurut bapak M. Doif bahwa papan pengumuman merupakan sarana untuk membangun brand image lembaga, karena disitu tempat menyalurkan informasi-informasi penting. Seperti yang disampaikan beliau:

“Papan pengumuman ada di depan ruang kantor guru, disitu kita tempel informasi-informasi penting. Misalnya tentang hari libur besar Nasional dan Agama, pengumuman UTS dan UAS, dan keadministrasian lainnya. Tapi selain kita tempel di papan pengumuman juga kita share di grup WA. Sekarang kan anak-anak punya HP, jadi informasi cepat tersalurkan melalui grup WA.”<sup>182</sup>

Hasil observasi yang didapat peneliti tentang papan pengumuman di MA Ma'arif Udanawu.<sup>183</sup>

<sup>181</sup> Dokumen surat resmi MA Ma'arif Udanawu, didapat peneliti tanggal 19 Agustus 2020.

<sup>182</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>183</sup> Observasi papan pengumuman di MA Ma'arif Udanawu, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00





Gambar 4.56 Papan pengumuman yang terdapat di depan ruang guru

g. Brosur

Selain berfungsi memberi informasi terkait PPDB, brosur juga sebagai sarana membangun brand lembaga. Bapak Doif menyampaikan:

“Brosur ada selalu kita buat setiap tahun, terutama menjelang pendaftaran calon siswa baru. Sebagai informasi terkait kapan dibukanya jalur prestasi maupun regular dan syarat administrasi lainnya. Biasanya yang mengurus itu waka humas (saya sendiri), saya meminta beberapa foto ke pak jupri dan semanya dikerjakan di percetakan. Ya isi dari brosur tersebut sebelumnya di rapatkan oleh super tim (para pimpinan MA Ma’arif).”<sup>184</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait brosur pendaftaran calon siswa baru MA Ma’arif Udanawu.<sup>185</sup>

---

<sup>184</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>185</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang brosur PSB, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.57 Brosur sebagai cara mengenalkan lembaga ke masyarakat luas

h. menyebarkan flyer

Pemanfaatan flyer juga sebagai salah satu cara dalam membangun brand image madrasah, Bapak Doif menyampaikan:

“Untuk flyer kita sering sekali buat mas, misal apresiasi terhadap hari besar agama atau nasional, ucapan belasungkawa, pendidikan tentang covid ke masyarakat, ucapan selamat kepada seseorang atau lembaga yang telah mencapai keberhasilan sesuatu. Itu semua dibuat oleh tim IT yang didampingi waka humas selanjutnya flyer tersebut diunggah di facebook, web, instagram, dan atau grup WA.”<sup>186</sup>

Hasil dokumen flyer yang didapat peneliti dari akun instagram MA Ma'arif Udanawu.<sup>187</sup>

<sup>186</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>187</sup> Dokumen flyer dari akun instagram MA Ma'arif Udanawu, didapat tanggal 29 Agustus 2020. Pukul 14.00



Gambar 4.58 Flyer hari santri sebagai alat membangun brand madrasah

i. Banner

Banner digunakan untuk membangun brand image lembaga terutama terhadap apresiasi keberhasilan para siswa mencapai prestasi tertentu. Hal ini disampaikan Bapak Faiz:

“Banner itu bagaikan barang wajib bagi kami. Jadi setiap siswa berprestasi, misalnya; dapat juara lomba, diterima di perguruan tinggi maju, meraih penghargaan, dan sebagainya. Itu kami buat banner trus kami pasang di sepanjang pagar madrasah, terutama di gerbang masuk madrasah. Ini penting sebagai motivasi untuk para siswa lain yang melihatnya,. Disamping itu sebagai sarana promosi yang efektif bagi siapa saja yang lewat dan melihatnya.”<sup>188</sup>

Hasil observasi yang didapat peneliti tentang banner yang ada didepan pintu gerbang MA Ma’arif Udanawu.<sup>189</sup>

<sup>188</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>189</sup> Observasi banner di MA Ma’arif Udanawu, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.59 Banner yang didalamnya terdapat capaian prestasi siswa

j. Spanduk

Spanduk dipasang didepan madrasah sebagai apresiasi terhadap capaian prestasi siswa. Hal ini untuk menunjukkan brand prestasi yang diraih siswa kepada publik. Seperti yang disampaikan Bapak Faiz:

“Spanduk itu juga kami buat mas, itu kami pasang dipagar kampus 1 dan kampus 2, wujudnya ya ucapan selamat terhadap kemenangan siswa atas juara lomba pramuka, apresiasi terhadap hari besar keagamaan, juara umum porsigal championship dll. Hal ini kami lakukan sebagai apresiasi kami terhadap jerih payah para siswa atas capaian prestasi yang diraihnya.”<sup>190</sup>

Hasil observasi yang didapat peneliti tentang spanduk yang dipajang di sepanjang pagar depan MA Ma’arif Udanawu.<sup>191</sup>

<sup>190</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>191</sup> Observasi spanduk di MA Ma’arif Udanawu, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.60 Spanduk yang dipajang disepanjang pintu masuk

k. Kalender

Kalender yang dibuat setiap tahun bertujuan untuk menunjukkan eksistensi lembaga ke publik. Ini disampaikan oleh bapak Doif sebagai berikut:

“Kalender selalu kita buat setiap tahunnya, untuk disalurkan ke para siswa. Muatan kalender berisi logo lembaga, profil lembaga, foto kegiatan dan prestasi siswa, alamat lembaga, nomor telepon lembaga, dan hal-hal lain terkait keberadaan lembaga. Memang kalender merupakan sarana efektif untuk membangun brand di masyarakat luas, tema kalender selalu memuat tentang brand madrasah yaitu religious, science, and skill.”<sup>192</sup>

Bukti dokumen kalender yang didapat peneliti di ruang guru MA Ma’arif Udanawu.<sup>193</sup>

<sup>192</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>193</sup> Dokumen Kalender MA Ma’arif Udanawu, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00



Gambar 4.61 Kalender MA Ma'arif Udanawu sebagai media brand madrasah

#### 1. Surat Kabar

Media surat kabar juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana membangun brand lembaga di masyarakat. Hal ini disampaikan oleh bapak Doif:

“Untuk surat kabar kita tidak punya, tetapi kita pernah diliput oleh Koran tingkat nasional tentang pelaksanaan sholat khusuf dan istighosah kubro bersama MUI Kabupaten Blitar, juga terkait prestasi kita oleh harian Radar. Saya sebagai humas ya welcome saja, toh itu juga bisa melambungkan nama lembaga”<sup>194</sup>

<sup>194</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait bukti dokumen surat kabar yang meliput kegiatan MA Ma'arif Udanawu.<sup>195</sup>



Gambar 4.62 Surat kabar merupakan salah satu alat untuk membangun brand madrasah

Dari beberapa penjelasan yang disampaikan narasumber diatas dapat diketahui bahwa teknik visual dalam membangun brand image lembaga menggunakan media website, pameran madrasah, foto peristiwa penting, majalah dinding, surat, papan pengumuman, brosur, flyer, spanduk, banner, kalender, dan surat kabar. Media-media tersebut dianggap efektif karena mampu menembus berbagai kalangan sasaran publik.

<sup>195</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan yang diliput surat kabar, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

### 3) Teknik audio visual

Dalam membangun brand image lembaga tentang pemanfaatan media audio visual, MA Ma'arif menggunakan media sosial, TV, pertunjukan seni, bakti sosial, pawai atau karnafal.

#### a. Media youtube, instagram, dan facebook

Ketika saat ini HP menjadi sebagai barang primer, membangun brand lembaga dengan menggunakan youtube, instagram, dan facebook dianggap paling efektif. Hal ini disampaikan oleh Bapak Doif:

“Media seperti youtube, instagram, dan facebook memang sarana paling efektif untuk membangun brand lembaga, apalagi saat ini semua orang pasti punya HP yang bisa digunakan untuk internet. Kami memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, kerjasama, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial yang kami pakai adalah youtube, facebook, instagram, dan grup WA. Untuk di youtube itu isinya tentang profil lembaga, kegiatan wisuda, matsama, jingle genre, sosialisasi BNN yang juga diliput TV Nasional Swasta, peringatan maulid nabi, prestasi siswa, kunjungan KSKK Madrasah ditjen pendis, dll. Untuk di instagram isinya ya tentang profil lembaga juga, apresiasi terhadap hari besar keagamaan, prestasi siswa, pesan-pesan alumni, acara monev, program keterampilan, dll. Untuk di grup WA biasanya ada video-video pendek terkait informasi yang ada di lembaga ini dan di share ke berbagai grup.”<sup>196</sup>

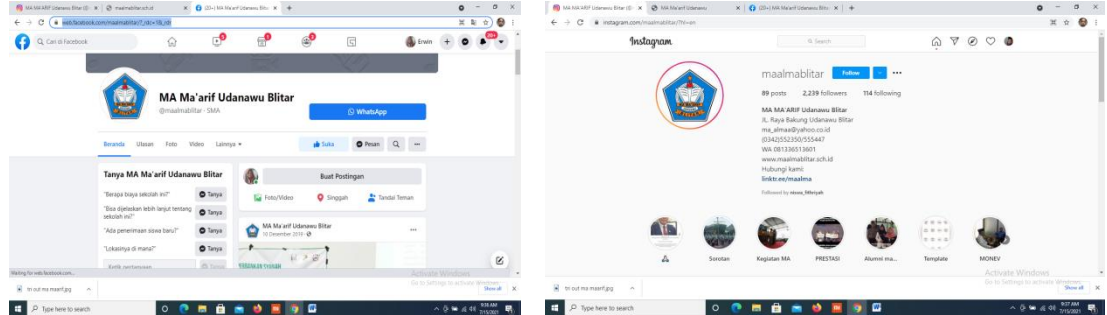
Hasil observasi yang didapat peneliti terkait akun facebook dan instagram di MA Ma'arif Udanawu.<sup>197</sup>

---

<sup>196</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>197</sup> Observasi akun media sosial MA Ma'arif Udanawu, dilaksanakan tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00





Gambar 4.63 Instagram dan facebook dari MA Ma'arif danawu Kabupaten Blitar

#### b. Televisi

Walaupun televisi sudah dianggap tidak lagi populer seperti dulu, namun televisi masih digunakan untuk membangun brand lembaga. Bapak Doif mengatakan:

“...kita pernah diliput oleh beberapa stasiun TV Swasta lokal, terkait pelaksanaan pembelajaran di sini. Misalnya meliput tentang kunjungan KSKK pada program keterampilan. Sedang untuk TV nasional kita pernah diliput oleh salah satu stasiun TV nasional tentang sosialisasi waspada teroris oleh ketua MUI Kabupaten Blitar, Sosialisasi bahaya narkoba dari BNN. Beberapa stasiun TV tersebut memang sengaja meliput dengan sendirinya mungkin karena mendengar ada kegiatan tersebut disini.”<sup>198</sup>

<sup>198</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

c. Penyelenggaraan lomba

Lomba merupakan sarana yang efektif dalam membangun brand image lembaga, ketika dilaksanakan lomba maka akan mengundang masyarakat untuk datang ke lembaga, hal ini seperti yang disampaikan Bapak Doif:

“Kami mengadakan try out untuk tingkat MTs/SMP ini bertujuan agar banyak anak usia kelas 9 MTs/SMP datang untuk mengikuti kegiatan try out. Hal tersebut kita manfaatkan untuk menunjukkan layanan yang ada disini. Jadi peserta lomba selain dapat pengalaman tentang cara menghadapi UN juga kita promosikan terkait layanan yang ada disini.”

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait kegiatan try out tingkat SMP/MTs di MA Ma’arif Udanawu.<sup>199</sup>



Gambar 4.64 Pelaksanaan try out SMP/MTs di MA Ma’arif Udanawu

---

<sup>199</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan try out SMP/MTs, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

d. Pertunjukan seni

Wisuda dan pentas seni merupakan acara tahunan yang bisa dimanfaatkan untuk membangun brand lembaga. Hal ini disampaikan oleh Bapak Muhammad Doif:

“Pada akhir tahun pelajaran madrasah ini mengadakan wisuda dan juga pentas seni. Siangnya wisuda mengundang wali murid dan itu menjadi sarana paling ideal kita dalam menunjukkan raihan prestasi kita. Pada malam hari kami membuat pentas seni anak-anak, dan itulah ajang untuk menunjukkan kreativitas siswa kepada khalayak umum. Untuk kegiatan pentas seni pasti ada temanya, itu kita sesuaikan dengan lembaga kita, artinya anak itu boleh berkreaitivitas tetapi tetap menjaga kaidah religiusitas madrasah. Kita juga mengadakan pentas kreativitas siswa biasanya pada peringatan hari besar keagamaan, yang paling sering adalah peringatan Maulid Nabi. Jadi peringatan maulid diisi kegiatan yang sifatnya memberi ruang pada siswa untuk unjuk kreatifitas seninya.”<sup>200</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait kegiatan pentas seni oleh siswa MA Ma’arif Udanawu.<sup>201</sup>



Gambar 4.65 Pelaksanaan pentas seni para siswa MA Ma’arif Udanawu.

<sup>200</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>201</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan pentas siswa, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

Bapak Faiz menambahkan apa yang disampaikan oleh bapak Doif diatas, beliau mengatakan bahwa momen wisuda dikonsep untuk menunjukan ke publik tentang brand religious, sains, dan skill. Beliau mengatakan:

“Memang wisuda itu acara tahunan, jadi memang itu dikonsep yang sungguh-sungguh oleh semua pimpinan lembaga ini. termasuk bagaimana unsur religious, sains, dan skill itu memang wajib kami tunjukan kepada wali murid. Untuk pentas seni memang anak-anak sendiri yang berkreaitivitas, biasanya mereka tampil per kelas dan kita tinggal mengarahkan dan mengkontrolnya.”<sup>202</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri tentang wisuda siswa kela XII MA Ma’arif Udanawu.<sup>203</sup>



Gambar 4.66 Pelaksanaan wisuda di MA Ma’arfi Udanawu

---

<sup>202</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>203</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang wisuda, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

e. Bakti sosial

Kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh anak-anak merupakan sarana untuk membangun brand image lembaga. Walaupun sasaran bakti sosial adalah publik disekitar madrasah. Hal ini seperti yang disampaikan bapak Edi basuki:

“Setiap jum’at anak-anak infak seiklasnya untuk kegiatan sosial. Kemarin sampai terkumpul 100 juta. Oleh anak-anak digunakan untuk mengecat mushola sekitar sini, untuk membeli pompa air bagi mushola yang belum punya, juga untuk membelikan keramik dan karpet di beberapa mushola sekitar sini. Selain mushola dan masjid juga untuk panti asuhan, infak anak-anak ya sedikit banyak untuk bantuan kegiatan panti asuhan tersebut.”<sup>204</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait kegiatan bakti sosial para siswa MA Ma’arif Udanawu.<sup>205</sup>



Gambar 4.67 Pelaksanaan bakti sosial di mushola/masjid sekitar MA Ma’arif

<sup>204</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>205</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan bakti sosial, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

f. Pawai atau karnafal

Pawai atau karnafal dalam peringatan HUT Republik Indonesia merupakan sarana untuk membangun brand lembaga ke masyarakat luas. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Doif:

“Untuk melaksanakan pawai atau karnafal mandiri dalam peringatan HUT RI kita belum pernah. Setiap tahun kecamatan mengadakan karnaval peringatan kemerdekaan RI, jadi kita ikut disitu. Setiap anak harus berpartisipasi, biasanya dikoordinir oleh wali kelas. Jadi anak-anak tampil per kelas sesuai pengarahannya wali kelas masing-masing. Untuk temanya Bhineka, jadi anak-anak memakai pakaian adat Indonesia tetapi tetap dalam koridor busana Islami. Bahkan kemarin anak-anak ada yang berkreasi membuat ogog-ogoh besar.”<sup>206</sup>

Hasil dokumen yang didapat peneliti dari Bapak Jupri terkait kegiatan karnafal para siswa MA Ma'arif Udanawu.<sup>207</sup>



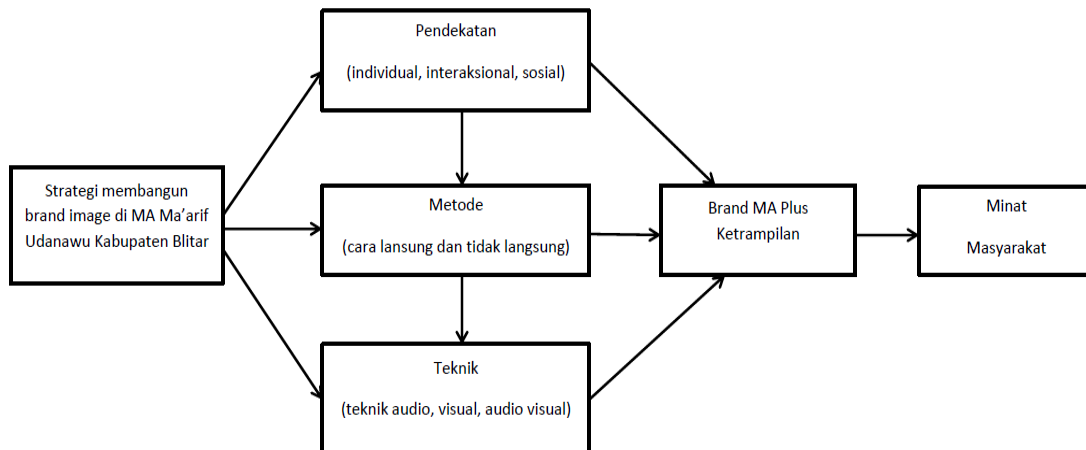
Gambar 4.68 Pawai/karnafal oleh siswa-siswi MA Ma'arif Udanawu.

<sup>206</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>207</sup> Dokumen dari bapak Jupri tentang kegiatan karnaval, didapat tanggal 29 Juni 2020. Pukul 11.00

Dari beberapa penjelasan oleh narasumber diatas dapat diketahui bahwa MA Ma'arif Udanawu pada teknik audio visual memanfaatkan media online, televise, pertunjukan seni, bakti sosial, dan pawai atau karnafal. Beberapa teknik tersebut dipilih karena dianggap mempunyai dampak yang signifikan terhadap minat masyarakat; terutama pemanfaatan media sosial seperti youtube, facebook, instagram, dan group WA.

**d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**



Gambar 4.69 Skema temuan Brand image yang dibangun MA Ma'arif Udanawu

**1. Kekuatan MA Udanawu Kabupaten Blitar**

a) Kompetensi lulusan

MA Ma'arif Udanawu menyelenggarakan program three in one, dimana setiap siswa mendapat layanan pendidikan yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Hal ini merupakan target pihak pimpinan bahwa setiap santri

akan pandai dalam hal ilmu agama Islam, pengetahuan umum, dan juga punya bekal keterampilan hidup. Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Faiz Balya:

“Kita membekali anak dengan ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan dan kami menyebutnya *three in one*, artinya anak yang sekolah di MA ini mendapat layanan 3 ilmu tadi. Jadi target kami anak yang sekolah disini akan pandai dalam ilmu agama Islam, berpengetahuan luas, dan mendapatkan keterampilan sebagai bekal hidup. Hal tersebut sebenarnya adalah aspirasi masyarakat yang kita tampung dan menjadi sebuah program. Tetapi fakta dilapangan masyarakat lebih mengenal kita dengan sebutan MA plus keterampilan.”<sup>208</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Doif terkait konsep pendidikan yang diselenggarakan di MA Ma’arif NU Kota Blitar:

“Anak-anak itu mendapatkan paket lengkap ya pak, dapat ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Kita menyelenggarakan pendidikan tentunya punya target, dan target lulusan adalah bisa 3 hal tadi (agama Islam, Ilmu umum, dan mendapatkan keterampilan) dan ternyata masyarakat lebih familiar menyebut kita MA keterampilan. Kali saja istilah keterampilan di madrasah aliyah itu unik, sehingga itu yang menjadi brand madrasah.”<sup>209</sup>

---

<sup>208</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>209</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00



Sesuai hasil observasi peneliti beberapa prestasi lulusan dan para lulusan yang melanjutkan di beberapa perguruan tinggi dipasang didepan pintu masuk madrasah.<sup>210</sup>

NO.	NAMA	KELAS	ASAL SEKOLAH	PTN	JALUR
1	LUTANA GOSTURNADA	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
2	ARIE ESTYAN	XII IS 4	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	BIMBINGAN SOSIAL ISLAM
3	M. FAJAR PURNAWAN	XII IS 7	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. GURU MI
4	MUHAMMAD MUHIBUL ANWAR	XII IS 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
5	MARISA LITA	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA
6	AHMAD KHORUL MUJIDA	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA INDONESIA
7	ANSATUL HIFADILAH	XII IS 4	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
8	SITI ANHANI	XII IS 2	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
9	ELIYATAMATI	XII IS 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
10	ELIYATAMATI	XII IS 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
11	ZULFA SHOFIATUL M	XII IS 10	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA ISLAM
12	LINA WILANDARI	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
13	SYAMILL ARIFIN	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
14	ELYANA KHORUN NISA	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
15	CHERYA WULANDARI	XII IS 1	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
16	FINA RAHMA	XII IS 1	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA ISLAM
17	MAKKA NURUL	XII IS 7	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
18	FAWQI ZAKIUS MUHAMMAD	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
19	M. FARID NAZA	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
20	DEPTI YULIANA	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM
21	NAVIRA NURAHNI	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
22	RENITA RAKHMA DIANA P	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM
23	ABDUL GYUMI FANANI	XII IS 3	MTS DARUL HUDA	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
24	RENAT LIZI ANI	XII IS 3	MTS DARUL HUDA	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
25	NURUL NADHIFATUR R.	XII IS 1	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
26	YUNI WULANDARI	XII IS 1	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
27	ALFI NURLIANA	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS MATEMATIKA
28	NISA NUR CHITRA	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA INDONESIA
29	NOVIA MASLIHATUN N.	XII MIA 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA INDONESIA
30	NALIA SYAKHRI	XII MIA 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA INDONESIA
31	SUMILALA UMA AIRVAH	XII IS 10	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
32	MUHAMMAD ALI AZHARI	XII MIA 4	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
33	HEI ASTUTIK	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
34	YULIANA SUDEATI	XII IS 7	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
35	DWI PRAMUDITA M	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS IPS
36	M. DIDI HARUDIAN SYAH	XII IS 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	EKONOMI SYARIAH
37	M. SYULIAN	XII IS 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	AGAMA ISLAMAT ISLAM
38	HIMA ZUMROTU L M	XII MIA 5	SMP ABUL FAHIM	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BIOLOGI
39	ELI ANGGELA LEBIN AL AKBAR	XII MIA 5	SMPN 1 PONOSOK	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
40	RISMA DWI SURIA R.	XII IS 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
41	NUR NIKHATI	XII IS 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
42	ALFINA NURUL A.	XII IS 5	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	AKUNTANSI SYARIAH
43	AUSIA FITRIANANDA	XII IS 5	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA INDONESIA
44	IFADATUL LA'Y	XII MIA 5	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PSIKOLOGI ISLAM
45	YUNI LISTIYUNGSIUM	XII IS 2	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PSIKOLOGI ISLAM
46	M. AJIB MARKHABAN MAHERI	XII IS 2	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
47	LUDFI GHORUR NISA	XII IS 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
48	OTTI KASATI ALMA	XII IS 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. AGAMA ISLAM
49	ALFINA KHARISMATUL L.	XII IS 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM
50	ZARITHI SALFIRA	XII IS 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
51	LATANSA PUTRI WULANDARI	XII IS 8	MTSN 2 T.AGUNG	IAIN TULUNGAGUNG	PSIKOLOGI ISLAM
52	AHMAD YOGA PRATAMA	XII IS 6	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
53	RINO ANDANSYAH	XII IS 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PENDIDIKAN GURU MI
54	REZA ROFFOTULL A	XII IS 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN DAKWAH
55	NADYA MASLAMAH Z	XII IS 5	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN DAKWAH
56	NUR ANI	XII IS 7	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS BAHASA ISLAM
57	MUHAMMAD ANHUR RIZQI	XII MIA 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
58	RISKA CHUBNIATUL MAGHFIROH	XII MIA 4	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
59	HIFROZATUL AZIZAH	XII MIA 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
60	HIMMATUL NI'VA	XII MIA 3	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
61	LAILI ATUL INSIYAH	XII MIA 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA
62	MUHAMMAD HANIS MAULANA	XII MIA 4	MTS AL HIKMAH	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA
63	ZANUBA MAULIDIANA AZZAHRA	XII MIA 4	MTS AL HIKMAH	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA
64	AYUSTI RIZKIANA	XII IS 6	MTSN 7 T.AGUNG	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
65	MUHAMMAD DAVID IQBAL W.	XII IS 3	MTSN 3 BLITAR	IAIN TULUNGAGUNG	TADRIS KIMIA
66	DWI RATNA WATI	XII MIA 3	MTSN 1 BLITAR	IAIN TULUNGAGUNG	EKONOMI SYARIAH
67	KOHMATUL ANHAF	XII IS 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	EKONOMI SYARIAH
68	YULIA KHOROTUL KHASANAH	XII IS 5	SMP MUALIMIN	IAIN TULUNGAGUNG	SOSIOLOGI AGAMA
69	TARISA	XII IS 6	MTS DARUL HUDA	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
70	NITO NUR ARIFIN	XII IS 2	MTSN 2 KEDIRI	IAIN TULUNGAGUNG	HUKUM TATA NEGARA
71	SILVI SALMA	XII IS 2	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	EKONOMI SYARIAH
72	WYWK KARLINAWATI	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	EKONOMI SYARIAH
73	ASMAUL CHIRMA	XII IS 6	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
74	M. HAIKAL NUR JAYADI	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
75	FITRIANA ROZDHOTUL J.	XII IS 1	MTSN 9 BLITAR	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
76	ALYVA DAMAYANTI	XII IS 6	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PERBANKAN SYARIAH
77	AHMAD BAYU PUTRA AL HADI	XII IS 6	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PEND. BAHASA ARAB
78	MOH. RIDWAN EFENDI	XII IS 9	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	SOSIOLOGI AGAMA
79	MOHAMAD ROZQ	XII IS 1	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN KEDIRI	EKONOMI SYARIAH
80	AMRINA ROSADA	XII IS 3	MTS MA'ARIF UDHANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	PENDIDIKAN GURU MI
81	ROISATUL HARIBAH	XII IS 1	SMPN 1 UDANAWU	IAIN KEDIRI	PERBANKAN SYARIAH
82	BELA FEBRIANA	XII IS 1	SMPN 1 UDANAWU	IAIN TULUNGAGUNG	MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Gambar 4.70 Nama-nama lulusan yang melanjutkan diperguruan tinggi dipasang di depan pintu masuk madrasah.

b) Lokasi

<sup>210</sup> Dokumen foto nama lulusan yang melanjutkan di perguruan tinggi, didapat tanggal 31 Agustus 2020 di depan madrasah.

Secara geografis letak MA Ma'arif Udanawu berada jauh dari pusat kota Blitar, tetapi dengan kesungguhan pengelolaan tidak menyurutkan lembaga sepi dari peminatnya. Hal ini disampaikan Bapak Ahmad Juprianto:

“Lokasi kita memang jauh dari hiruk pikuk perkotaan mas, tetapi ini merupakan keberuntungan juga bagi kami. Artinya anak-anak jauh dari pengaruh kehidupan kota modern, mereka cenderung masih memenuhi norma dan adat desa. Letak yang relative di kampung juga membuat pembelajaran kondusif, tidak banyak hiburan, jauh dari kebisingan, dan suasana yang masih asri menambah anak-anak krasan.”<sup>211</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Edi Basuki bahwa biarpun lokasi di kampung tetapi secara kualitas tidak kalah dengan pendidikan yang lain, seperti yang beliau sampaikan:

“Secara geografis kita itu lokasinya ya di kampung tetapi kita berusaha menyelenggarakan pendidikan terbaik bagi masyarakat. Salah satunya kita membuka program keterampilan, agar program keterampilan dapat mencapai hasil maksimal maka kita sediakan laboratorium atau tempat praktik. Misal untuk keterampilan tataboga kita menyediakan dapur siswa, untuk program tata busana kita sediakan ruang tata busana, pada program keterampilan otomotif kita sediakan bengkel siswa, pada desain grafis kita sediakan lab computer, dll.”<sup>212</sup>

---

<sup>211</sup> Wawancara dengan Bapak Jupri, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>212</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

Sesuai hasil penelusuran map bahwa akses jalan menuju MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar cukup mudah dijangkau dan jauh dari keramaian perkotaan,<sup>213</sup> seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4.71 Map akses jalan menuju MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar

c) Sumber daya manusia

Bapak Faiz menyampaikan bahwa dari segi sumber daya manusia dipenuhi pengajar yang sudah lulus S1 dan S2, seperti yang beliau sampaikan:

“Dari segi pendidik dan tenaga kependidikan sudah banyak yang s-2, para tenaga pendidik juga mengajar sudah sesuai dengan bidangnya. Untuk tenaga pendidik program keterampilan juga kita carikan yang sesuai dengan bidangnya. Mereka professional dalam bidangnya kok pak.... jadi kita tidak berani merekrut guru asal-asalan. Program keterampilan yang masyarakat sebut itu menjadi brand lembaga ini

<sup>213</sup> Dokumen peta lokasi MA Ma'arif Udanawu Blitar didapat tanggal 5 Oktober 2020, pukul 12.00

pastilah kita dukung dengan tenaga professional agar produk yang kita hasilkan memang benar-benar bermutu.”<sup>214</sup>

Beliau juga menambahkan bahwa program keterampilan juga diajar oleh tenaga professional sesuai dengan bidangnya :

“InsyaAllah untuk tenaga pendidik yang menangani program keterampilan sudah cukup mumpuni pak, bisa dikatakan sesuai lah antara yang kami harapkan. Siswa juga antusias ketika mengikuti program keterampilan. Ketika merekrut guru keterampilan, memang mereka yang mendaftar dari berbagai universitas terkemuka kok pak.”<sup>215</sup>

d) Promosi madrasah

Bapak Faiz menyampaikan bahwa promosi yang terus menerus merupakan cara memperkuat brand madrasah di masyarakat, seperti yang beliau sampaikan:

“Ada istilah tak kenal maka tak sayang, tak sayang maka tidak akan mendaftar dan tidak akan menjadi konsumen tetap..... begitu juga lembaga pendidikan pak, maka kita itu terus berusaha melakukan promosi dengan berbagai cara.... kebetulan saya itu S1 nya manajemen pemasaran, jadi terkadang ketika promosi kadang agak bar bar.... ya tapi kan demi kepentingan madrasah”<sup>216</sup>

Bapak Edi Basuki juga menyampaikan terkait promosi madrasah yang bagian dari kelangsungan madrasah, beliau menyampaikan:

“Lembaga swasta kan secara finansial tidak tergantung oleh pemerintah maka itu kami ya promosi secara kontinyu apalagi ketika mau pendaftaran siswa baru, ya agar kita tidak sepi peminat lah..... tetapi alhamdulillah karena tim pemasaran madrasah ini solid dan

---

<sup>214</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>215</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>216</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

selalu kerja keras maka kita setiap tahun tidak mengalami sepi pendaftar, malah semakin meningkat tiap tahunnya.”<sup>217</sup>

Foto dokumen spanduk merupakan media promosi MA Ma’arif Udanawu yang dipasang di perempatan jalan di wilayah kabupaten Kediri.<sup>218</sup>



Gambar 4.72 Spanduk sebagai media promosi madrasah

MA Ma’arif Udanawu dalam membangun brand MA plus Keterampilan didukung beberapa hal yang menjadikan brand tersebut menjadi familiar di mata masyarakat, hal tersebut diantaranya adalah kompetensi lulusan, lokasi pendidikan, dan segenap SDM yang dimiliki.

## 2. Brand MA plus keterampilan

<sup>217</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>218</sup> Dokumen foto spanduk sebagai media promosi, didapat tanggal 31 Agustus 2020 di perempatan jalan totok kerot blitar-kediri.

Bapak Doif selaku Humas menyampaikan bahwa brand lembaga harus dibangun, MA Ma'arif Udanawu dikenal dengan brand MA Keterampilan, hal ini seperti yang baliu sampaikan:

“Brand itu memang harus dibangun pak, upaya membangun brand itu memang kami lakukan..... dan brand image itu adalah cermin dari wajah madrasah di masyarakat. Ibaratnya brand itu kesan kuat atas madrasah oleh masyarakat.”<sup>219</sup>

Untuk membangun brand madrasah lembaga perlu membuat keunikan atau pembeda dengan lembaga lainnya, salah satu keunikan MA Ma'arif Udanawu adalah lembaga berbasis agama yang membuka program keterampilan, hal ini disampaikan Bapak Faiz:

“Memang MA keterampilan adalah bagian dari brand kami untuk mendapat perhatian masyarakat, ya ..... ada nilai keunikannya karena ada sebuah lembaga aliyah yang notabene berbasis pendidikan agama tetapi menyelenggarakan program keterampilan. Dan itu menjadi nilai jual kami di masyarakat.”<sup>220</sup>

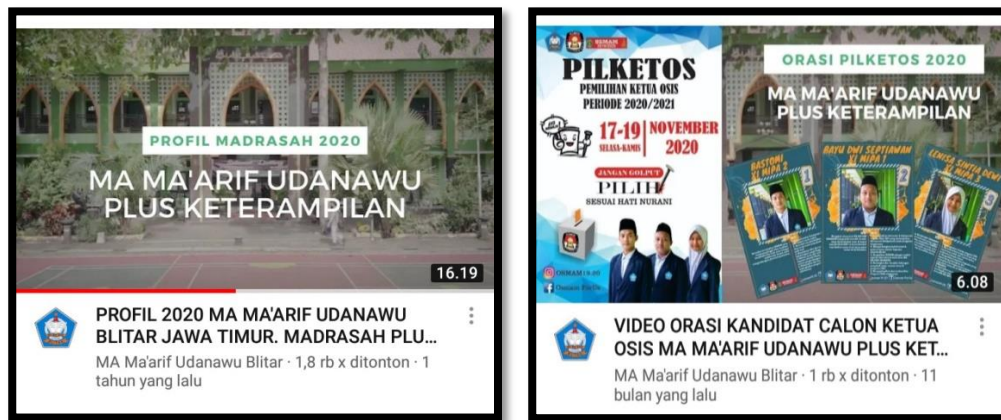
Peneliti melakukan observasi melalui media youtube bahwa MA Ma'arif Udanawu mengenalkan diri ke masyarakat luas dengan istilah MA Plus Keterampilan seperti pada gambar:<sup>221</sup>

---

<sup>219</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Doif, tanggal 6 Juni 2020. Pukul 09.00

<sup>220</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>221</sup> Observasi melalui kanal youtube MA Ma'arif Udanawu, tanggal 23 Oktober 2020. Pukul 13.00



Gambar 4.73 Dokumen dari media sosial bahwa MA Ma'arif Udanawu membangun brand MA Plus Keterampilan.

Bapak Edi Basuki menjelaskan secara ringkas tentang awal mula brand MA keterampilan yang ada di MA Ma'arif Udanawu:

“Awal mulanya itu kita tidak ingin menjadi lembaga yang kalah dengan lembaga pendidikan lainnya baik itu sekoah umum (SMU) atau sekolah tipe keterampilan (SMK), sedangkan kita adalah lembaga pendidikan berbasis agama. Maka bagaimana kita mengemas ketiga hal tersebut (agama, umum, keterampilan). Masyarakat sendiri juga cenderung berpikir bahwa jika anaknya nanti tidak kuliah maka harus langsung kerja, sedangkan pekerjaan pasti butuh skill atau keterampilan. Dari alasan tersebut maka program keterampilan menjadi sangat familiar di masyarakat.”<sup>222</sup>

Bapak Dwi selaku tetangga madrasah menjelaskan tentang MA Ma'arif Udanawu yang dikenal masyarakat sebagai MA Keterampilan:

<sup>222</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

“MA Ma’arif udanawu adalah aliyah yang menyelenggarakan program keterampilan. Atau dikenal MA keterampilan.”<sup>223</sup>

Salah satu wali siswa yang bernama Ibu Surati menjelaskan bahwa program keterampilan bisa membekali siswa setelah mereka lulus untuk melamar kerja:

“Anak saya sekolah di MA Ma’arif udanawu karena ada program keterampilan, maklum pak.... kami orang biasa belum tentu mampu menguliahkan..... jika nanti punya keahlian atau keterampilan maka bisa dimanfaatkan sebagai modal untuk kerja nantinya.”<sup>224</sup>

Bapak Suwandi selaku wali siswa yang kebetulan mengantar anaknya, ketika diwawancarai peneliti terkait MA Ma’arif Udanawu menyampaikan:

“MA Ma’arif Udanawu adalah MA keterampilan, karena pendidikan tingkat menengah atas berbasis agama dan berani membuka program keterampilan. Itu bagus....”<sup>225</sup>

Bapak Siswoko selaku wali siswa ketika peneliti tanya tentang brand MA keterampilan di MA Ma’arif Udanawu menyampaikan:

“MA Ma’arif Udanawu dikenal dengan MA Keterampilan, karena itu yang sering disebut-sebut masyarakat luas.”<sup>226</sup>

MA Ma’arif Udanawu dikenal dengan brand MA Plus Keterampilan oleh masyarakat, hal ini karena MA Ma’arif Udanawu menyelenggarakan program keterampilan yang menjadi ciri khas madrasah. MA Ma’arif mendapat apresiasi

---

<sup>223</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi selaku tetangga madrasah, tanggal 25 Agustus 2020. Pukul 08.00

<sup>224</sup> Wawancara dengan Ibu Surati salah satu wali siswa, tanggal 25 Agustus 2020. Pukul 09.00

<sup>225</sup> Wawancara dengan Bapak Suwandi salah satu wali siswa, tanggal 21 Agustus 2020. Pukul 11.00

<sup>226</sup> Wawancara dengan Bapak Siswoko salah satu wali siswa, tanggal 14 Juli 2020. Pukul 09.00



masyarakat luas karena lembaga yang notabene berbasis agama Islam berani membuka program keterampilan.

**e. Evaluasi dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma’arif Udanawu Kabupaten Blitar**

Masyarakat Blitar tentu sudah familiar dengan MA Ma’arif Udanawu sebagai lembaga pendidikan Islam tingkat menengah atas yang mempunyai program unggulan keterampilan. Jajaran pimpinan MA Ma’arif Udanawu juga terus mengenalkan brand image madrasah ke masyarakat luas. Namun seiring perubahan konsumen pendidikan dan perubahan teknologi informasi komunikasi maka capaian membangun brand image juga perlu dievaluasi. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui capaian target sebuah program. Evaluasi dalam membangun brand image di MA Ma’arif Udanawu terbagi dalam 2 katagori, dilaksanakan oleh waka humas dan pimpinan madrasah dan dilaksanakan segenap dewan guru dan karyawan. Skema evaluasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.74 Skema temuan evaluasi brand image di MA Udanawu

## 1) Evaluasi pelaksanaan membangun brand image lembaga oleh pimpinan madrasah

Pelaksanaan membangun *brand image* di MA Ma'arif Udanawu yang dikenal sebagai madrasah plus keterampilan merupakan tanggung jawab bersama semua pimpinan (kepala madrasah, waka, kepala TU). Untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan *brand image* lembaga di masyarakat maka segenap pimpinan madrasah selalu mengadakan rapat rutin. Jajaran pimpinan MA Ma'arif Udanawu yang sering disebut dengan *Super Team* melaksanakan rapat tiap sabtu siang pada awal bulan, hal ini bertujuan untuk mengetahui progres semua program dan kegiatan yang dilaksanakan. Bapak Faiz mengatakan:

“Setiap program yang dilaksanakan pasti ada evaluasi disini, artinya untuk mengetahui seberapa berjalannya program tersebut. Dalam rapat pimpinan (super team) yang selalu kita laksanakan pada hari sabtu tiap awal bulan, itu kami selalu meneliti satu persatu semua program apakah sudah berhasil atau tidak. Kita juga ada rapat segenap dewan guru dan staf dua kali setahun yaitu ketika akan mulai tahun ajaran baru dan akhir tahun ajaran. Evaluasi di madrasah ini bersifat untuk perbaikan berkelanjutan.”<sup>227</sup>

Bapak Doif menjelaskan tentang evaluasi terkait tugas humas dalam membangun brand image lembaga:

“Brand image itu adalah tanggungjawab semua warga madrasah, saya adalah orang pertama yang memonitor dan mengevaluasi bagaimana brand image lembaga ini mendapat apresiasi baik dimata masyarakat. Akantetapi dalam membuat keputusan tetap atas pertimbangan semua pimpinan atau yang saya sebut super team (Pak Zamroji, Pak Faiz, Pak

---

<sup>227</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

Jupri, Pak Doif, Pak Edi, Pak Hadi, Pak Niam, Dan Pak Nur Kolis).  
Kita disini seperti keluarga, jadi masalah diselesaikan secara bersama.”

Bapak Edi menjelaskan tentang fungsi evaluasi adalah untuk mengukur capain program yang diselenggarakan. Beliau mengatakan:

“Evaluasi itu memang menjadi kewajiban bagi kami untuk mengukur bagaimana capaian program yang telah diselenggarakan. Terutama terkait *branded* kami sebagai lembaga yang menampakan diri di masyarakat luas dengan istilah *religious, science, skill*. Jargon tersebut harus terserap oleh masyarakat baik di Blitar maupun luar Blitar.”<sup>228</sup>

Dikesempatan yang sama Bapak Zamrodji menjelaskan langkah evaluasi yang dilaksanakan oleh MA MA’arif udanawu, termasuk terkait brand image lembaga. Beliau menjelaskan sebagai berikut:

“Segala program selalu dipantau (monitoring dan evaluasi) oleh super team pada rapat pimpinan setiap bulan. Proses yang kami laksanakan dalam evaluasi adalah dengan beberapa tahap; 1) Dalam rapat rutin pimpinan, kita selalu *metani program siji-siji* (melihat berjalannya sebuah program satu persatu) disitu kita lihat seberapa cocok antara target diawal dengan pelaksanaan program. Bila program sudah berjalan sesuai harapan maka itu dianggap berhasil. Jika ternyata antara target tidak sesuai dengan kondisi riilnya maka itu adalah target evaluasi. 2) Sesudah tahu target yang dievaluasi maka kita mencari penyebab-penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama. Dari sebab-sebab tersebut kita uraikan dan kita cari jalan keluar atas sumberdaya yang kita punya. 3) Setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan.”<sup>229</sup>

---

<sup>228</sup> Wawancara dengan Bapak Edi Basuki, tanggal 25 Juni 2020. Pukul 11.00

<sup>229</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

Bapak Faiz Balya menjelaskan bahwa ada juga sifat evaluasi yang *incidental*, yaitu ketika ada program yang sudah berjalan dan mendadak ada kejadian yang sekiranya dapat menghalangi kegiatan tidak berjalan lancar. Beliau mengatakan:

“Ada kalanya sifat evaluasi yang *incidental*, kami selalu memantau sebuah program/kegiatan. Dulu pernah pas pelaksanaan wisuda kami membuat kepanitiaan dan dalam proses kerja. Tiba-tiba ada salah satu panitia yang sakit, ya akhirnya kami sebagai pimpinan melaksanakan rapat mendadak untuk memastikan agar kegiatan wisuda berjalan lancar. Solusi yang diambil adalah menambah personel kepanitiaan wisuda sehingga dengan waktu yang mepet dan ditambah personal yang lumayan banyak maka Alhamdulillah wisuda berjalan lancar.”<sup>230</sup>

Foto dokumen pelaksanaan evaluasi oleh pimpinan MA Ma’arif Udanawu Kabupaten Blitar.<sup>231</sup>



Gambar 4.75 pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan oleh pimpinan MA Ma’arif Udanawu

Dari uraian beberapa narasumber dan bukti dokumen diatas dapat diketahui bahwa evaluasi rutin dilaksanakan oleh segenap pimpinan MA Ma’arif pada

<sup>230</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>231</sup> Dokumen foto pelaksanaan evaluasi, didapat tanggal 31 Agustus 2020 di Kantor TU

tiap sabtu diawal bulan, hal ini bertujuan untuk mengetahui capaian program yang telah dilaksanakan. Adapun langkah evaluasi dalam mengetahui capaian brand image madrasah yaitu; 1) melihat berjalannya semua program satu persatu; 2) mencari penyebab dan mencari jalan keluar setiap masalah yang dihadapi; 3) pelaksanaan solusi perbaikan dari masalah yang dihadapi.

## **2) Evaluasi pelaksanaan membangun brand image lembaga melalui rapat dengan dewan guru**

Membangun *brand image* adalah kewajiban semua unsur di MA Ma'arif Udanawu. Dua kali dalam satu tahun ajaran para pengajar melaksanakan rapat untuk mengetahui capaian program-program yang dilaksanakan. Bagian dari agenda rapat tersebut adalah untuk mengetahui capaian terkait pendekatan, metode, dan teknik membangun *brand image* madrasah. Pelaksanaan evaluasi dalam rapat dewan guru dilaksanakan tiap tahun ajaran baru dan akhir tahun ajaran. Ha ini disampaikan Bapak Faiz:

Kita juga rapat dengan segenap dewan guru dan juga karyawan pada awal tahun ajaran dan akhir tahun ajaran. Di awal tahun ajaran mengarah pada persiapan pengajaran tahun yang akan berjalan sedang di akhir tahun adalah evaluasi terhadap kinerja yang telah berjalan. Na... evaluasi pada akhir tahun biasanya muncul ide bagaimana cara membangun brand image lembaga untuk tahun ajaran berikutnya. Sebagai contoh ide tentang branding yang pernah muncul adalah dulu kita sering memanfaatkan TV dan Radio karena mufakat semua dewan

guru akhirnya lebih pada penggunaan media social seperti facebook, youtube, instagram, dan WA.”<sup>232</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Doif tentang pelaksanaan rapat dengan dewan guru dan karyawan:

“Rapat dengan dewan guru selain menyelesaikan tentang permasalahan yang ada juga untuk meyelaraskan kinerja bersama, artinya bagaimana visi misi madrasah dapat tercapai atas kerjasama dan dukungan semua pihak termasuk Bapak/Ibu guru sebagai ujung tombak pelaksanaan pendidikan.”

Bapak Zamroji menambahkan salah satu contoh evaluasi lembaga terkait membangun brand lembaga adalah dengan memanfaatkan media sosial, seperti yang beliau sampaikan:

“Misalnya ini sebagai contoh pelaksanaan evaluasi bersama semua dewan guru yang kami lakukan, kita dulu sering memanfaatkan media TV dan Radio dalam mengenalkan lembaga di masyarakat luas tetapi dengan kondisi masyarakat saat ini yang rata-rata semua mempunyai HP android maka kami beralih menggunakan media youtube dan instagram. karena alasan keefektifan dan keefisienan, sekarang kan jarang orang mendengarkan radio atau melihat TV. Masyarakat cenderung mencari informasi lewat HP yang bisa kapan saja dan dimana saja.”<sup>233</sup>

Selanjutnya Bapak Zamroji menambahkan tentang pentingnya rapat bersama dalam mengingatkan semua guru dan karyawan akan pentingnya brand image:

“Karena brand image itu adalah tanggungjawab semua warga madrasah maka saya sering mengingatkan pada semua guru dan karyawan untuk menjaga betul nama baik MA Ma’arif ini, ya supaya

---

<sup>232</sup> Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, tanggal 15 Juli 2020. Pukul 11.00

<sup>233</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroji, tanggal 31 Agustus 2020. Pukul 08.00

brand image lembaga tetap baik dan madrasah ini tetap diminati masyarakat.”

Hal diatas sesuai dengan bukti dokumen yang didapat dari bagian tata usaha tentang rapat dewan guru dan karyawan<sup>234</sup>



Gambar 4.76 pelaksanaan evaluasi dalam membangun brand image madrasah oleh guru dan karyawan

Dari uraian beberapa narasumber dan bukti dokumen diatas dapat diketahui bahwa evaluasi juga dilaksanakan dalam bentuk rapat rutin oleh segenap dewan guru dan karyawan MA Ma’arif pada awal tahun ajaran dan akhir tahun ajaran, hal ini bertujuan untuk memecahkan beberapa permasalahan yang ada salah satunya terkait *brand image* dan juga sebagai penyelarasan kinerja madrasah.

## **B. Temuan Penelitian di MA Ma’arif NU Kota Blitar dan MA Ma’arif udanawu Kabupaten Blitar**

### **1. Temuan Penelitian di MA Ma’arif NU Kota Blitar**

---

<sup>234</sup> Dokumen foto pelaksanaan evaluasi, didapat tanggal 31 Agustus 2020 di Kantor TU

Pada bagian ini diuraikan tentang temuan di MA Ma'arif NU Kota Blitar yang terdiri dari pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi terkait strategi membangun brand image lembaga pendidikan Islam.

**a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

- 1) Pembelajaran di MA Ma'arif NU Kota Blitar dilaksanakan dengan *system boarding school* dimana santri belajar ilmu agama pada madrasah diniyah sambil belajar ilmu umum pada lembaga formal dibawah payung pondok pesantren Nurul Ulum.
- 2) Pendiri dan pengelola pondok pesantren telah membuat kesepakatan bahwa pendidikan yang diselenggarakan adalah system pondok pesantren dimana santri “mondok sambil sekolah” dan bermukim penuh 24 jam di asrama pondok Nurul Ulum
- 3) Istilah “mondok sambil sekolah” lebih dikenal dengan *boarding school* oleh masyarakat luas.
- 4) Modal dasar yang harus dipenuhi pertama kali dalam membangun *brand image* adalah kualitas pendidikan yang diselenggarakan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar, hal tersebut dibuktikan dengan raihan peringkat akreditasi A sejak 2018.



- 5) Kualitas pendidikan di MA Ma'arif NU Kota Blitar atas dasar penguatan 8 standar pendidikan, yaitu: penguatan kualitas tata kelola lembaga, sarana prasarana, transparansi keuangan, mutu para lulusan, kualitas pelaksanaan pembelajaran, kurikulum, pelaksanaan evaluasi pembelajaran, kualitas pendidik dan tenaga kependidikan,
- 6) System pengelolaan MA Ma'arif NU Kota Blitar dibawah naungan pondok pesantren Nurul Ulum, dimana pondok pesantren Nurul Ulum sendiri memayungi pengelolaan MA Ma'arif NU Kota Blitar, MTs Ma'arif NU Kota Blitar, dan Madin dengan menawarkan pendidikan berbasis ke-NU an.
- 7) Sasaran pendidikan di MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah warga Nahdliyin karena tujuan lulusan adalah kader-kader NU yang siap terjun dan bermanfaat di masyarakat.
- 8) MA Ma'arif NU Kota Blitar dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Ulum mengenalkan ke masyarakat luas system pendidikan dengan muatan keaswajaan berbasis pondok pesantren (*boarding school*).
- 9) MA Ma'arif NU Kota Blitar memanfaatkan sebagian ustadnya yang merupakan da'i untuk mempromosikan lembaga ketika berceramah di berbagai wilayah Blitar dan sekitarnya.

- 10) MA Ma'arif NU Kota Blitar menjaga pola interaksi yang baik dengan wadah organisasi-organisasi didalam tubuh NU seperti banser, IPNU/IPPNU, fatayat, muslimat, ISNU, Ansor, dll.
- 11) MA Ma'arif NU Kota Blitar secara keorganisasian selalu menjaga hubungan baik dengan kepengurusan NU baik ditingkat ranting, MWC, dan juga pada pengurus cabang kab/kota Blitar.

**b. Metode Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

- 1) MA Ma'arif NU Kota Blitar mendatangi/berbaur dengan masyarakat secara langsung dalam membangun brand image. Tujuan kegiatan yang mendatangi masyarakat (berbaur langsung) adalah agar masyarakat mengetahui, mengenal, dan percaya terhadap keberadaan MAM NU sebagai lembaga pendidikan Islam tingkat menengah atas yang berbasis pondok pesantren.
- 2) Mengundang masyarakat bertujuan agar masyarakat mengetahui secara langsung pelaksanaan pendidikan yang diselenggarakan di MA Ma'arif NU Kota Blitar.
- 3) Cara tidak langsung dalam membangun *brand image* yang dilakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah menggunakan perantara media massa dan media social.

- 4) Media sosial yang sering dimanfaatkan dalam membangun *brand image* adalah facebook, youtube, whatsapp, dan instagram. Media massa yang sering dimanfaatkan adalah TV dan radio.
- 5) Media sosial dimanfaatkan karena mudah diakses oleh masyarakat luas diberbagai daerah, sederhana dalam pengoperasiannya, postingan yang bisa bertahan lama, dan biaya pemanfaatan yang relative murah.
- 6) Media massa dianggap masih relevan karena informasi yang disampaikan dapat menjangkau keberbagai wilayah/daerah.

**c. Teknik Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

- 1) MA Ma'arif NU Kota blitar mempunyai website resmi sebagai sarana memberikan informasi kepada masyarakat. Dalam web tersebut terdapat informasi tentang sejarah lembaga, profil lembaga, struktur pengelola, berita terbaru, program kegiatan santri, dsb.
- 2) MA Ma'arif NU Kota Blitar mendokumentasi segala kegiatan dengan memfoto, foto yang menarik akan dipajang di halaman facebook, instagram, dan juga ditempel di mading madrasah.
- 3) MA Ma'arif NU Kota Blitar memasang empat mading sebagai sarana ajang kreasi para santri misalnya seni kaligrafi, puisi, foto-foto unik, dan juga foto-foto kegiatan santri.

- 4) MA Ma'arif NU Kota Blitar memanfaatkan surat resmi dalam membangun brand image, pada kop surat terdapat keterangan akreditasi lembaga, nama institusi, alamat, nomer telepon, logo, dan email lembaga.
- 5) MA Ma'arif NU Kota Blitar mempunyai papan pengumuman didepan ruang TU sebagai sarana memberikan informasi-informasi penting bagi warga pondok pesantren dan juga bagi yang berkepentingan.
- 6) Flyer sering dibuat oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar sebagai ucapan apresiasi hari besar agama atau nasional, ucapan bela sungkawa kepada orang yang meninggal, dan ucapan kepada seseorang atau lembaga yang telah mencapai keberhasilan sesuatu.
- 7) MA Ma'arif NU Kota Blitar juga memasang billboard di beberapa titik di jalan utama kota Blitar. Hal tersebut untuk menyampaikan info PPDB.
- 8) Banner juga dibuat dalam rangka memeriahkan momen-momen tertentu, misalnya acara gebyar sholawat, kunjungan wakil bupati/ wali kota, dan beberapa tokoh penting lainnya.
- 9) MA Ma'arif NU Kota Blitar juga memanfaatkan kalender untuk didistribusikan ke seluruh santri, hal ini sebagai upaya untuk mengenalkan lembaga ke seluruh masyarakat luas.

- 10) Stasiun radio dimanfaatkan MA Ma'arif NU Kota Blitar sebagai salah satu cara membangun brand image, hal tersebut dilakukan dengan cara beberapa pengajar MA Ma'arif mengisi pengajian di stasiun radio swasta di wilayah Blitar.
- 11) Media sosial merupakan media yang sering digunakan dalam membangun brand image, media sosial yang dimanfaatkan adalah youtube, instagram, dan facebook.
- 12) Media televisi juga dimanfaatkan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam membangun brand imagenya, seperti beberapa televisi lokal yang juga meliput kegiatan pembelajaran di PP Nurul Ulum.
- 13) MA Ma'arif NU Kota Blitar juga sering membuat konten video singkat untuk di share ke publik. Hal ini untuk menunjukkan eksistensi dan keberadaan MA Ma'arif kepada masyarakat luas.
- 14) Beberapa ustad yang sekaligus da'i juga membantu lembaga MA Ma'arif NU Kota Blitar untuk membangun brand image-nya di masyarakat, dengan ceramah agama para ustad juga ikut andil dalam promosi dan pemasaran lembaga.
- 15) Kegiatan rapat yang dilakukan oleh kepengurusan NU, tokoh agama, tokoh public, dan pejabat pemerintahan di MA Ma'arif NU Kota Blitar juga merupakan media untuk membangun brand lembaga.

- 16) Kegiatan anjongsana antar personil Pondok Pesantren Nuru Ulum merupakan bagian cara mengenalkan Pondok/ MA Ma'arif NU Kota Blitar ke masyarakat luas terutarama warga sekitar ustad yang berketempatan.

**d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**

- 1) Brand yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah NU Boarding School.
- 2) Brand NU Boarding School adalah cerminan dari pelaksanaan pendidikan yang bermuatan nilai-nilai keaswajaan dan nilai-nilai ke-NUan yang disertai dengan system pendidikan tipe pesantren dimana para peserta didik bermukim 24 jam penuh di tempat belajarnya.
- 3) Faktor seperti lokasi pendidikan, biaya pendidikan, tenaga pendidik dan kependidikan, dan produk lulusan juga mempengaruhi kuatnya brand lembaga di masyarakat.

**e. Evaluasi Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

- 1) Evaluasi dalam membangun brand image dilaksanakan oleh waka humas dengan keterlibatan secara langsung oleh kepala madrasah.
- 2) Evaluasi dalam membangun brand image juga dilaksanakan dengan cara diselenggarakannya rapat rutin oleh segenap dewan guru MA Ma'arif NU Kota Blitar yang terdiri dari pimpinan (kepala madrasah, waka humas, waka

kurikulum, waka sarana parasarana), semua guru, dan kepala bagian tata usaha.

3) Beberapa rapat untuk evaluasi program dan kinerja di MA Ma'arif NU Kota Blitar dikendalikan oleh pimpinan pondok pesantren Nurul Ulum.

4) Pelaksanaan evaluasi dalam membangun brand image yang dilaksanakan MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah dengan system SWOT, yaitu; 1) menentukan sasaran yang dievaluasi; 2) mendeskripsikan kondisi internal yaitu dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan organisasi; 3) mendiskripsikan kondisi eksternal yaitu dengan menghitung secara terperinci antara peluang dan tantangan yang dihadapi; 4) menyusun strategi solusi permasalahan .

#### **4) Temuan Penelitian di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar**

Pada bagian ini diuraikan tentang temuan di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar yang terdiri dari pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi terkait strategi membangun brand image lembaga pendidikan Islam.

##### **a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

1) Langkah awal MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam membangun *brand image* adalah membenahan kualitas dari dalam diantaranya dengan

penanaman kedisiplinan untuk siswa, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan.

- 2) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar melakukan pembenahan berbagai lini lembaga sehingga mendapat capaian peringkat akreditasi A sejak 2018.
- 3) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar membangun budaya syar'i dengan penanaman nilai-nilai Islami seperti memisahkan kelas siswa putra dan siswa putri, membuka program tahfidz, mendirikan pondok pesantren, guru laki-laki dan siswa laki-laki wajib memakai kopyah, bersalaman juga sesama jenis,, setiap guru perempuan dan siswi perempuan memakai jilbab panjang menutupi tubuh bagian atas sampai pinggul, melaksanakan sholat dhuha, membaca Al Qur'an, dan membaca Asmaul Husna sebelum pembelajaran.
- 4) Program keterampilan (MA Plus Keterampilan) yang dibuka di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menjadi brand yang paling dikenal di masyarakat. Untuk diketahui MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar membuka program keterampilan diantaranya: rekayasa perangkat lunak, desain grafis, computer jaringan, tata boga, tata busana, tata rias, dan otomotif.
- 5) Para siswa MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar mampu meraih capaian prestasi juara dalam beberapa perlombaan dari tingkat kabupaten, provinsi,



dan nasional. Rangkaian prestasi tersebut dijadikan bukti keberhasilan pembelajaran ilmu umum di MA Ma'arif Udanawu.

6) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memperkenalkan konsep *three in one* ke masyarakat luas sehingga dalam konsep pembelajaran siswa mendapatkan tiga layanan pembelajaran yaitu; ilmu agama, keterampilan, dan ilmu umum.

7) MA Ma'arif Kabupaten Blitar selalu merangkul individu/tokoh yang berpengaruh di masyarakat luas seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, dan pejabat pemerintahan.

8) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menjaga pola interaksi yang baik dengan segenap masyarakat di lingkungan sekitar madrasah, organisasi pemerintahan, dinas kesehatan, balai latihan kerja, beberapa perguruan tinggi, dan dengan organisasi masyarakat yang ada di Kabupaten blitar.

**b. Metode Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

1) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar sering mengundang/mendatangkan masyarakat secara langsung untuk hadir di madrasah, kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui secara pasti terhadap layanan yang ada dan mendapat kesan positif terhadap program kegiatan yang ditawarkan.

- 2) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memberikan layanan yang prima kepada siswa, kepada wali/orang tua yang datang di madrasah, dan kepada warga masyarakat sekitar madrasah.
- 3) Cara tidak langsung dalam membangun brand image yang dilakukan oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar adalah dengan menggunakan media sosial dalam menjangkau masyarakat luas, media sosial dianggap cara yang efektif karena pada saat ini setiap orang mempunyai handphone untuk mengakses media sosial.
- 4) Siswa MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan media elektronik seperti pengeras suara (TOA) untuk kegiatan di pagi hari dalam membaca asmaul husna, Al Qur'an, tahlil, dan istighosah; kegiatan ini bertujuan agar brand image yang dibangun dapat diketahui oleh warga sekitar madrasah atau juga orang yang sedang lewat didepan madrasah.

**c. Teknik Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

- 1) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar mempunyai website resmi yang digunakan untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat luas.
- 2) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menyelenggarakan pameran madrasah dalam acara disnatalis madrasah, hal ini bisa dihadiri oleh masyarakat luas akan tetapi pengunjung dibatasi.

- 3) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar mendokumentasikan kegiatan/peristiwa penting melalui foto kamera. Gambar yang bagus akan dipublikasikan melalui media sosial, ditempel di mading madrasah, menjadi bagian konten website, dan dijadikan bahan dalam membuat banner atau spanduk.
- 4) Beberapa papan majalah dinding yang berada di teras kelas sebagai sarana membangun brand madrasah. Majalah dinding digunakan untuk menempel hasil karya siswa.
- 5) Surat resmi madrasah juga merupakan media membangun brand image karena dalam kop surat resmi terdapat keterangan lembaga terutama capaian akreditasi.
- 6) Brosur PPDB juga digunakan sebagai media membangun brand lembaga karena dalam brosur juga dicantumkan prestasi dan capaian madrasah.
- 7) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar sering sekali membuat flyer sebagai salah satu cara membangun brand image lembaga. Flyer dibuat sebagai apresiasi terhadap hari besar agama dan nasional, ucapan apresiasi terhadap raihan prestasi seseorang atau lembaga, pendidikan untuk pencegahan covid 19, dll.

- 8) Banner dan spanduk yang dipasang di sepanjang pagar dan pintu masuk digunakan untuk membangun brand lembaga. Banner dan spanduk berisi tentang raihan prestasi madrasah dan juga raihan prestasi siswa.
- 9) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan kalender untuk didistribusikan ke seluruh peserta didik. Pada kalender dicantumkan kegiatan siswa, prestasi siswa, dan profil madrasah. Hal ini sebagai cara untuk mengenalkan lembaga ke seluruh lapisan masyarakat luas.
- 10) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan media cetak berupa surat kabar untuk membangun brand image ke masyarakat luas. Kegiatan sholat khusuf dan istighosah kubro diliput oleh harian surat kabar tingkat nasional.
- 11) Media youtube, facebook, dan instagram juga digunakan sebagai sarana membangun brand image madrasah dengan cara memposting prestasi, kegiatan, dan program yang dilaksanakan di MA Ma'arif Udanawu.
- 12) TV tingkat local juga meliput kegiatan dan program di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar. Hal tersebut juga dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi membangun brand lembaga.
- 13) Pertunjukan seni pada saat pra acara ketika mengundang wali siswa dan ketika kegiatan pentas seni pasca wisuda merupakan bagian dari cara membangun brand image lembaga.

- 14) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar juga melaksanakan kegiatan bakti sosial, kegiatan tersebut dikordinir langsung oleh siswa yang tujuannya adalah membantu kesejahteraan mushola yang berada di sekitar madrasah.
- 15) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar juga mengikuti kegiatan karnaval/pawai pada peringatan HUT Kemerdekaan RI tingkat kecamatan. Hal tersebut dimanfaatkan sebagai ajang untuk membangun brand image madrasah di mata public.

**d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**

- 1) Brand yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar adalah MA Plus Keterampilan.
- 2) Brand MA Plus Keterampilan adalah perwujudan bahwa MA Ma'arif Udanawu merupakan lembaga pendidikan menengah atas berbasis agama Islam yang telah membuka program keterampilan.
- 3) Faktor kompetensi lulusan, lokasi pendidikan, promosi madrasah, dan segenap SDM yang dimiliki juga mempunyai andil kuatnya brand madrasah di mata masyarakat.

**e. Evaluasi Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

- 1) Evaluasi dalam membangun brand image dilaksanakan dengan rapat rutin oleh pimpinan madrasah, yaitu; ketua yayasan, kepala madrasah, waka humas, waka kurikulum, waka sarana dan prasarana, dan kepala TU.
- 2) MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar juga melaksanakan rapat yang sifatnya incidental guna menyelesaikan permasalahan yang sifatnya urgent dan segera untuk diselesaikan. Rapat tersebut diikuti oleh para pimpinan madrasah.
- 3) Langkah pelaksanaan evaluasi di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar adalah; ; 1) setiap program dianalisis progresnya satu persatu; 2) mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama; 3) setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan

**C. Analisis data Penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

**1. Analisis Situs Tunggal**

**a. Analisis Data Penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

Pada bagian ini disajikan analisis data penelitian di MA Ma'arif NU Kota Blitar yang terdiri dari pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi dalam membangun brand image untuk meningkatkan minat masyarakat.

**1) Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

MA Ma'arif NU Kota Blitar menggunakan 2 langkah dalam pendekatan membangun brand image yaitu; pendekatan internal terkait penguatan dari dalam sebagai daya tarik masyarakat, dan pendekatan eksternal yaitu lembaga mengenalkan ke masyarakat luas terhadap layanan yang diselenggarakan.

a) Pendekatan Internal

Lembaga pendidikan MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan Islam dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar. Sistem pendidikan yang diselenggarakan adalah jenis *boarding school* dimana anak belajar ilmu agama di pondok pesantren sambil belajar ilmu umum pada sekolah formal yaitu MA dan MTs Ma'arif NU. Pendiri dan pengelola pondok pesantren telah membuat kesepakatan bahwa pendidikan yang diselenggarakan adalah system pondok pesantren dimana santri “mondok sambil sekolah” dan bermukim penuh 24 jam di asrama pondok Nurul Ulum. Hal tersebut membawa daya tarik tersendiri bagi masyarakat wilayah Blitar dan sekitarnya, terbukti setiap tahunnya jumlah pendaftar semakin meningkat.

Pelaksanaan pendidikan MA Ma'arif NU dibawah payung pondok pesantren Nurul Ulum yang berbasis NU sehingga dalam penekanan muatan pembelajaran sarannya adalah warga nahdliyin, dan tujuan lulusan adalah

kader-kader NU yang siap terjun dan bermanfaat di masyarakat. Dalam membangun brand image lembaga, MA Ma'arif NU Kota Blitar juga disertai membangun kualitas atau mutu pendidikannya. Dasar penguatan kualitas atau mutu madrasah adalah 8 standar pendidikan, yaitu: penguatan kualitas tata kelola lembaga, sarana prasarana, transparansi keuangan, mutu para lulusan, kualitas pelaksanaan pembelajaran, kurikulum, pelaksanaan evaluasi pembelajaran, kualitas pendidik dan tenaga kependidikan. Salah satu bukti kualitas pendidikan di MA Ma'arif Kota Blitar adalah telah diraihnya peringkat akreditasi A sejak 2018. Dengan menjaga kualitas secara terus menerus maka layanan pendidikan di ponpes Nurul Ulum khususnya MA Ma'arif Kota Blitar tidak sepi pendaftar tiap tahunnya, namun Pondok Nurul Ulum hanya membatasi 1200 santri tiap tahunnya.

b) Pendekatan Eksternal

Pendekatan sosial MA Ma'arif NU lebih menekankan pengenalan pendidikan aswaja untuk warga Nahdliyin dalam bentuk pondok pesantren. Dimana NU merupakan ormas terbesar di Kota Blitar sehingga layanan jasa pendidikan yang berwujud tradisi dan budaya warga Nahdliyin mempunyai tempat istimewa di mata masyarakat secara luas. Disisi lain MA Ma'arif juga menyediakan pendidikan keterampilan bagi para santrinya sebagai bekal lulusan nanti untuk bekerja.



Cara yang unik dilakukan oleh MA Ma'arif NU dalam pendekatan individual untuk meningkatkan minat masyarakat yaitu dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki. Sebagian dari pengajar adalah penceramah agama. Sembari berceramah agama para ustad juga mempromosikan pondok pesantren Nurul Ulum dan khususnya MA Ma'arif NU kepada masyarakat atau panitia penyelenggara pengajian. Disisi lain aula MA Ma'arif NU juga sering digunakan sebagai tempat untuk rapat oleh pengurus NU se-Kabupaten/Kota Blitar. MA Ma'arif NU juga sering dikunjungi pejabat pemerintahan, tokoh masyarakat, dan tokoh agama.

Ponpes Nurul Ulum yang menaungi MA Ma'arif NU Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan Islam yang didirikan oleh pengurus cabang NU Kota dan Kabupaten Blitar. Dalam struktur keorganisasian NU, pengurus cabang membawahi MWC untuk tingkat kecamatan dan juga Ranting untuk tingkat desa. Didalam tubuh NU sendiri ada wadah keorganisasian bagi keanggotaannya, misalnya Banser, Fatayat, ISNU, IPPNU/IPNU, ANSOR, Muslimat, dll. Dalam pendekatan interaksional, pola interaksi yang baik senantiasa dijaga oleh segenap pengurus Ponpes Nurul Ulum terutama MA Ma'arif NU terhadap beberapa kepengurusan NU dan keorganisasian keanggotaan NU tersebut diatas. Pengurus cabang NU Kota Blitar sebagai *founding father* pondok Nurul Ulum juga mempunyai ikatan interaksi yang baik dengan pemerintah Kabupaten dan Kota Blitar. MA Ma'arif NU juga menjalin

kerjasama dengan organisasi lainnya, interaksi ini terjalin atas hubungan saling menguntungkan antara lain dengan; polsek, Polres, Pemda Kabupaten/Kota, dinas pendidikan Kabupaten/Kota, dinas kebersihan Kota, PMI kab/Kota Blitar, dll.

## **2) Metode Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

Metode dalam membangun brand image lembaga di MA Ma'arif NU dapat diketahui dengan cara langsung dan tidak langsung. Metode langsung artinya berhadapan dengan obyek yang dituju yaitu masyarakat secara luas, dan tidak langsung yaitu dengan media atau sarana misalnya internet, TV, atau radio.

### **a) Metode langsung**

Metode langsung agar masyarakat mengetahui eksistensi MA Ma'arif NU yaitu dengan mendatangi masyarakat secara langsung dan mengundang masyarakat untuk datang di MA Ma'arif NU. Pelaksanaan mendatangi dan berbaur dengan masyarakat secara langsung merupakan upaya proaktif madrasah agar dikenal, diketahui, diminati, dan dipercaya oleh masyarakat. Sebagai contoh, sebagian siswa pada tiap minggu wage pagi diarahkan untuk menghadiri pengajian di Masjid Agung alun-alun Blitar. Kehadiran para siswa MA Ma'arif NU memang diundang oleh ta'mir masjid, akan tetapi hal tersebut bisa dimanfaatkan sebagai sarana mengenalkan dan mempublikasikan madrasah

kepada masyarakat. Mendatangi masyarakat merupakan kegiatan yang bernilai syiar atau dakwah Islam. Sebagai contoh, dilaksanakannya program PKL. Bagi siswa kelas 12 yang akan lulus diwajibkan mengikuti program PKL dimana para siswa disebar ke wilayah Blitar selatan dan utara. Setiap desa ada 7-8 siswa untuk mengabdikan tentang keilmuan agama ditempat tersebut. Di situlah para siswa menyalurkan apa yang telah mereka pelajari terkait keilmuan agama di masyarakat, misalnya mereka menjadi muadzin sholat Jum'at, membantu mengajar TPQ/Madin, Imam yasin-tahlil, Imam istighosah, dan membantu perawatan jenazah. Kegiatan PKL ini juga merupakan perwujudan lembaga membangun brand-nya di masyarakat sekaligus upaya memasarkan madrasah secara langsung ke masyarakat.

Kegiatan mengundang masyarakat oleh MA Ma'arif NU bertujuan agar masyarakat mengetahui secara nyata tentang keadaan madrasah atau pondok Nurul Ulum, mereka juga mengetahui tentang fasilitas yang ada, mengetahui program dan kegiatan para santri secara langsung, mengetahui keunggulan madrasah dibanding madrasah lainnya. Kegiatan yang sifatnya mengundang masyarakat diantaranya; Istighosah, wisuda, ketika pendaftaran santri baru, keperluan administrasi santri, dan juga dilaksanakan lomba bagi pelajar seperti olimpiade dan gebyar sholawat. Dengan masyarakat atau walisantri datang langsung ke lembaga, harapannya mereka mengetahui secara nyata layanan pendidikan yang diselenggarakan di MA Ma'arif NU. Sehingga masyarakat

merasa puas terhadap layanan pendidikan dan nantinya menjadi pelanggan setia.

b) Metode tidak langsung

Pondok Nurul Ulum khususnya MA Ma'arif NU mengenalkan layanan pendidikan dengan memanfaatkan media social. Hal tersebut dirasa lebih efektif dan efisien, baik dalam hal biaya dan berkomunikasi dengan masyarakat luas karena jangkauannya yang mampu sampai keseluruh wilayah Indonesia mengingat santri Pondok Nurul Ulum juga berasal dari berbagai daerah. MA Ma'arif juga membuka komunikasi secara terbuka dengan media sosial, misalnya; komunikasi lewat nomer kontak HP yang dapat dihubungi dan atau via facebook. Selain itu media massa juga dimanfaatkan sebagai sarana membangun brand lembaga, media massa yang dimanfaatkan adalah televise dan radio. Penggunaan media massa untuk sarana penyampaian informasi dan juga sebagai sarana mendidik masyarakat dengan ceramah agama oleh para ustad yang ada di MA Ma'arif NU.

Tata kelola pemanfaatan saluran internet yang digunakan MA Ma'arif NU masih dalam satu domain yaitu atas nama Pondok Nurul Ulum karena baik MTs, MA, dan Madin adalah bagian dari pondok Nurul Ulum. Ditinjau dari segi pemasaran pendidikan, MA Ma'arif memanfaatkan saluran internet untuk menyampaikan informasi PPDB. Hal ini bertujuan agar masyarakat yang ingin

memondokan anaknya mengetahui kapan waktu pendaftaran dibuka dan apa saja syarat administrasinya. Melalui saluran internet setiap program dan kegiatan dishare ke publik agar masyarakat bisa mengetahui dan paham apa yang dilakukan para santri. Sehingga masyarakat tahu persis bahwa anak-anak belajar ilmu agama, ilmu umum, keterampilan, dan belajar keaswajaan dibawah naungan pondok Nurul Ulum yang berbasis NU.

### **3) Teknik Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

MA Ma'arif NU dalam teknik membangun brand image lembaga membagi dalam 3 teknik, yaitu tekni visual, teknik audio, dan teknik audio visual. Dimana dijelaskan sebagai berikut:

#### **a) Teknik Visual**

MA Ma'arif NU memanfaatkan media website, pameran madrasah, foto kegiatan, majalah dinding, surat, papan pengumuman, flyer, billboard, banner, dan kalender dalam teknik visual membangun brand lembaga, Media yang sering dimanfaatkan atau digunakan adalah website dan foto kegiatan. Website sering digunakan karena saat ini website dapat diakses oleh banyak orang melalui HP, sehingga informasi yang dishare di website oleh MA Ma'arif NU dapat diakses oleh masyarakat luas. Selain website, segala kegiatan dan program di MA Ma'arif NU didokumentasikan berupa foto. Beberapa foto

kegiatan yang menarik dishare ke publik sebagai salah satu cara membangun brand lembaga melalui media online seperti instagram, facebook, dan status WA personil pondok.

b) Teknik Audio

Untuk membangun brand image lembaga terkait pemanfaatan media audio, MA Ma'arif menggunakan radio, kesenian, dan lagu. Yang paling sering dimanfaatkan adalah radio. Radio dimanfaatkan untuk mendidik masyarakat dalam hal ceramah agama. Telah diketahui bahwa sebagian pengajar di pondok Nurul Ulum adalah penceramah yang sering diundang di beberapa stasiun radio di Blitar. Hal tersebut dimanfaatkan untuk membangun brand image lembaga bagi pondok Nurul Ulum dan khususnya untuk MA Ma'arif NU.

c) Teknik audio visual

MA Ma'arif NU dalam membangun brand image lembaga memanfaatkan media audio visual, diantaranya; facebook, youtube, instagram, whatsapp, televisi, video singkat, pertunjukan seni, melalui ceramah agama, melalui rapat, dan kunjungan ke rumah. Teknik yang sering digunakan dalam membangun brand image dalam hal ini adalah kegiatan rapat dan pemanfaatan media facebook, youtube, instagram, whatsapp. Pelaksanaan rapat dianggap paling mempunyai hasil yang signifikan terhadap brand image lembaga. Untuk diketahui bahwa pondok Nurul Ulum adalah milik kepengurusan NU kota

Blitar. Jadi aula Pondok sering dijadikan oleh PC NU baik Kabupaten dan Kota sebagai tempat rapat baik dengan kepengurusan NU dari ranting sampai pusat dan atau digunakan rapat dengan instansi lainnya seperti pengurus LP Ma'arif, kapolres, dandim, dan tim dari dinas kesehatan. Media facebook, youtube, instagram, dan status WA juga dianggap sarana yang cukup bagus dalam membangun brand image MA Ma'arif NU karena jangkauannya bisa keberbagai daerah di Indonesia, walaupun masih satu domain dalam Pondok Nurul Ulum. Media facebook, youtube, instagram, dan status WA juga dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan. Media yang sering dipakai untuk berkomunikasi oleh MA Ma'arif NU dengan masyarakat luas adalah via facebook dan whatsapp.

**4) Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**

Brand image MA Ma'arif NU Kota Blitar di mata masyarakat adalah NU Boarding School, brand tersebut merupakan cerminan lembaga atas penyelenggaraan pendidikan yang ada di MA Ma'arif NU sendiri. Tipe pendidikan yang diselenggarakan adalah tipe pendidikan pesantren yang mana para santri mukim selama 24 jam penuh didalam lingkup pondok pesantren Nurul Ulum. Sebagian dari muatan materi yang diajarkan adalah tentang nilai-nilai ke-NUan diantaranya keaswajaan, budaya dan tradisi masyarakat nahdliyin, dan system tata kelola keorganisasian NU, dll. Muatan pembelajaran

tersebut diajarkan karena ingin mencetak generasi NU yang maju dan kompetitif dalam berbagai aspek kehidupan.

Faktor yang mendukung brand image MA Ma'arif NU dimata masyarakat semakin kuat diantaranya; akses jalan menuju lokasi MA Ma'arif NU Kota Blitar yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas, biaya pendidikan yang terjangkau oleh kalangan masyarakat nahdliyin, tenaga pengajar yang rata-rata lulusan pesantren dengan keilmuan yang berkualitas, serta para produk lulusan MA Ma'arif Nu yang potensial dari segi ilmu agama dan ilmu umum.

#### **5) Evaluasi Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar.**

Pelaksanaan evaluasi terdiri dari 3 tahapan yaitu ; a) Evaluasi oleh waka humas dan pimpinan madrasah, b) Evaluasi melalui rapat rutin dengan segenap dewan guru, c) Evaluasi oleh pimpinan Pondok.

a) Evaluasi oleh waka humas dan pimpinan madrasah

Pelaksanaan evaluasi dalam membangun *brand image* di MA Ma'arif NU Kota Blitar pada tahap awal jika mampu diselesaikan humas maka akan ditangani oleh internal waka humas sendiri akan tetapi atas pertimbangan kepala madrasah. Jika hal dirasa penting untuk diselesaikan bersama maka akan dibawa dalam rapat rutin setiap senin oleh pimpinan madrasah (kepala madrasah, waka humas, waka kurikulum, waka kesiswaan, waka sarana



prasarana dan kepala bidang tata usaha). Dalam hal tertentu terkait brand image terkadang juga dievaluasi bersama langsung lewat rapat pimpinan madrasah yang dilaksanakan pada tiap senin tersebut. Pelaksanaan evaluasi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi MA Ma'arif NU dengan system SWOT. Yaitu berdasarkan analisis kekuatan, kekurangan, peluang, dan tantangan yang dihadapi madrasah atas permasalahan yang dihadapi. System pelaksanaan SWOT adalah sebagai berikut: 1) semua program diteliti satu persatu, dan ditentukan target utama yang perlu dievaluasi; 2) deskripsi kondisi internal MA Ma'arif yaitu dengan menganalisis kekuatan organisasi dan kelemahan organisasi; 3) diskripsi kondisi eksternal MA Ma'arif Nu yaitu dengan peluang dan tantangan yang dihadapi; 4) menyusun strategi solusi permasalahan dan dilaksanakan strategi tersebut dengan penuh tanggung jawab.

b) Evaluasi melalui rapat rutin dengan segenap dewan guru

Evaluasi dalam membangun brand image lembaga juga dilaksanakan pada rapat dewan guru setiap awal semester. Rapat ini ibarat rapat rutin semua guru MA. Selain untuk memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi MA, ini merupakan ajang silaturahmi. Ide boom status WA, para pengajar sekaligus da'i yang berceramah ke berbagai daerah mempromosikan MA, dan info PPDB melalui jalur kepengurusan NU dan keorganisasian NU merupakan hasil dari rapat tersebut.

c) Evaluasi oleh pimpinan Pondok

Kinerja organisasi MA Ma'arif juga tetap dalam kawalan pondok Nurul Ulum. Misalnya pada tiap Rabu siang pengurus dan pimpinan pondok Nurul Ulum melaksanakan rapat rutin untuk menyelesaikan berbagai masalah yang ada di pondok baik dari bagian MA, MTs, dan Madin. Yang hadir dalam rapat adalah kepala MA, kepala MTs, kepala Madin, kepala asrama, dan segenap pimpinan direktorat (ketua, bendahara, dan sekretaris). Rapat ini bertujuan mengawal segala kegiatan dan program yang ada dibawah naungan pondok Nurul Ulum bisa berjalan dengan lancar salah satu diantaranya terkait brand image MA Ma'arif NU Kota Blitar.

**b. Analisis Data Penelitian di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

Pada bagian ini disajikan analisis data penelitian di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar yang terdiri dari pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi terkait strategi membangun brand image di lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan minat masyarakat.

**1) Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

MA Ma'arif Udanawu menggunakan 2 langkah dalam pendekatan membangun brand image yaitu; pendekatan internal terkait penguatan dari

dalam, dan pendekatan eksternal yaitu lembaga mengenalkan diri ke masyarakat luas.

a) Pendekatan Internal

Sebelum membangun brand image ke masyarakat tentu harus ada modal yang perlu ditunjukkan. Modal pertama adalah kualitas MA Ma'arif Udanawu dilihat dari segi 8 standar nasional pendidikan, yaitu ; standar isi, standar proses, standar kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian. Bukti capaian MA Ma'arif Udanawu adalah terakreditasi A. Sedangkan ciri MA Ma'arif Udanawu diminati masyarakat dapat diketahui dengan meningkatnya jumlah pendaftar dan jumlah siswa tiap tahunnya.

MA Ma'arif Udanawu disebut kampus syar'i karena menerapkan beberapa hal, misal setiap guru laki-laki dan siswa laki-laki wajib memakai kopyah, bersalaman juga sesama jenis; laki-laki dengan laki-laki dan juga sebaliknya, kelas dipisah antara siswa laki-laki dan perempuan, setiap guru perempuan dan siswi perempuan memakai jilbab panjang menutupi tubuh bagian atas, atau budaya Islami layaknya madrasah yang lain seperti seperti sholat dhuha, membaca Al Qur'an dan membaca Asmaul Husna sebelum pembelajaran. MA Ma'arif Udanawu juga berperan aktif dalam mengikuti berbagai perlombaan baik di tingkat Kabupaten, provinsi, dan nasional. Hasil perlombaan yang diikuti cukup menggembirakan karena banyak

mendapat juara baik lomba yang bersifat akademik dan non akademik. Hal tersebut yang menjadikan dasar bahwa MA Ma'arif Udanawu menyebut dirinya sebagai Madrasah Berprestasi. MA Ma'arif Udanawu juga membuka program keterampilan dengan harapan menjadi modal lulusannya sebagai salah satu kegiatan yang ditekuni dan mendapatkan penghidupan yang layak. Proram keterampilan inilah yang mempunyai brand kuat di masyarakat, dimana dikenal oleh publik bahwa MA Ma'arif Udanawu berani membuat terobosan dengan membuka program keterampilan untuk para siswanya. Program keterampilan itu terdiri dari tujuh keterampilan, yaitu; rekayasa perangkat lunak, desain grafis, computer jaringan, tata boga, tata busana, tata rias, dan otomotif.

b) Pendekatan Eksternal

MA Ma'arif Udanawu mengenalkan konsep *three in one* dalam melaksanakan pendekatan sosial di masyarakat, yaitu ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan. Yang mana selain belajar ilmu agama Islam, para peserta didik juga diajari ilmu umum dan juga keterampilan. Konsep tersebut muncul atas dasar pemenuhan dan keinginan masyarakat. Pendekatan interaksional di MA Ma'arif Udanawu dilakukan dengan cara menjaga pola interaksi yang baik dengan segenap organisasi di masyarakat. Pola interaksi dengan wujud simbiosis mutualisme yang dilakukan diantaranya dengan beberapa ormas Islam, organisasi pemerintahan, lembaga pendidikan lainnya, dinas kesehatan, PMI, BLK, dan perguruan tinggi negeri dan

swasta. MA Ma'arif Udanawu juga sangat menjaga hubungan yang harmonis dengan segenap masyarakat sekitar madrasah. Dalam pendekatan individual, MA Ma'arif Udanawu menjalin dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pejabat pemerintahan, tokoh masyarakat, tokoh publik, dan lainnya. Individu yang mempunyai pengaruh di masyarakat (seperti tokoh agama dan pejabat pemerintahan) didekati dan dirangkul agar lembaga pendidikan bisa dikenal oleh khalayak umum dan masyarakat luas.

## **2) Metode Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

MA Ma'arif Udanawu menerapkan metode langsung dan metode tidak langsung dalam membangun brand lembaga. Metode langsung adalah membangun brand image lembaga dengan cara mengundang masyarakat, sedangkan metode tidak langsung adalah dengan memanfaatkan media social dan media massa.

### **a) Metode langsung**

Pertemuan langsung dapat menambah keyakinan pada masyarakat atas usaha MA Ma'arif Udanawu dalam mengelola lembaga khususnya dalam mendidik anak-anak, seperti pertemuan langsung dalam acara wisuda, istighosah, pertemuan wali siswa pada ajaran baru, pengambilan raport, penyelenggaraan pengajian umum, bekerjasama dengan berbagai pihak,

pelaksanaan ujian try out tingkat MTs/SMP. Dengan mengundang wali siswa dan menyampaikan program madrasah maka mereka mengetahui secara utuh program yang dilaksanakan baik dalam hal keagamaan, ilmu umum, dan keterampilan. Para siswa kelas 9 tingkat SMP/MTs di wilayah Blitar diundang untuk mengikuti kegiatan try out UN, selain dapat pengalaman mengerjakan soal-soal UN mereka diharapkan mengetahui fasilitas, sarana prasarana, pelayanan, personalia, dan prestasi yang ada di MA Ma'arif. Dengan mereka mengenal MA Ma'arif Udanawu, diharapkan berkenan melanjutkan belajar di MA Ma'arif. Banner, spanduk, baliho terkait prestasi siswa dipajang disepanjang pagar depan dan pintu masuk madrasah, hal ini merupakan bagian dari menarik simpati masyarakat yang datang secara langsung untuk mengetahui keberhasilan lembaga.

Kesan masyarakat terbentuk ketika merasa puas dan lebih dari itu menjadi pelanggan setia terhadap layanan jasa pendidikan yang dilaksanakan di MA Ma'arif Udanawu. Dalam membangun kesan masyarakat secara langsung yang dilakukan oleh MA Ma'arif Udanawu terkait 3 hal. Satu, terhadap layanan jasa pendidikan kepada para siswa terutama terkait ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan; dua, terhadap layanan prima yang diberikan ketika mengundang orangtua wali ke madrasah; tiga, layanan hak dan kewajiban bertetangga kepada warga masyarakat sekitar madrasah.

b) Metode tidak langsung

Metode tidak langsung berarti dalam membangun brand image lembaga tidak berhadapan langsung dengan obyek yang dituju, yakni masyarakat. Pelaksanaanya menggunakan saluran media massa dan media sosial. Sebuah program atau kegiatan MA Ma'arif Udanawu yang didokumentasikan, selanjutnya disebarluaskan melalui media social dan media massa.

Media sosial sebagai sarana paling efektif untuk menunjukan kepada publik tentang keberadaan MA Ma'arif Udanawu. MA Ma'arif Udanawu beranggapan bahwa rangkaian program dan kegiatan yang disampaikan melalui media sosial merupakan bagian dari cara pemasaran madrasah misalnya tentang informasi PPDB yang dishare melalui media sosial. Selain itu, media sosial dimanfaatkan untuk menyampaikan prestasi dan kegiatan siswa sehingga masyarakat mengetahui pelaksanaan pendidikan di MA Ma'arif Udanawu yang menekankan pendidikan Agama, ilmu umum, dan keterampilan. Dengan demikian, kesan positif publik terbentuk secara alami dengan mengetahui adanya kesungguhan dalam mengelola layanan pendidikan di MA Ma'arif Udanawu baik untuk masyarakat yang dekat maupun yang jauh dari madrasah.

Media massa digunakan untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi terkait lembaga MA Ma'arif Udanawu. Hal-hal yang disampaikan di media massa sesungguhnya sasarannya untuk publik yang jauh

dari MA Ma'arif Udanawu karena masyarakat sekitar sudah mengetahui tentang keberadaan madrasah.

### **3) Teknik Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

MA Ma'arif memanfaatkan media website, pameran madrasah, foto peristiwa penting, majalah dinding, surat resmi lembaga, papan pengumuman, brosur, flyer, spanduk, banner, kalender, dan surat kabar dalam teknik visual membangun *brand* lembaga. Adapun media yang sering dimanfaatkan atau digunakan adalah website dan banner. Website sering dimanfaatkan karena saat ini semua orang bisa mengakses internet dengan leluasa, sehingga informasi yang diunggah di website oleh MA Ma'arif Udanawu dapat dinikmati oleh publik secara luas. Selain website, banner merupakan media untuk membangun brand image yang sering digunakan oleh MA Ma'arif Udanawu. Segala prestasi siswa, capaian yang telah diraih MA Ma'arif, kedatangan tamu penting di madrasah, pelaksanaan peringatan hari besar agama, kegiatan penting madrasah, dan pagelaran lomba selalu dibuatkan banner untuk dipasang di sepanjang gerbang dan pintu masuk MA Ma'arif Udanawu.

MA Ma'arif menggunakan pengeras suara dan lagu untuk membangun *brand image* lembaga terkait pemanfaatan media audio. Yang paling sering dimanfaatkan adalah pengeras suara. Adapun pengeras suara (TOA) digunakan oleh para siswa MA Ma'arif Udanawu untuk membaca (secara terjadwal)



asmaul husna, Al Qur'an, tahlil, dan istighosah pada setiap paginya. Pengeras suara (TOA) digunakan untuk membangun brand image lembaga karena sasarannya adalah masyarakat sekitar dan setiap orang yang lewat di depan MA Ma'arif Udanawu.

MA Ma'arif Udanawu menggunakan media youtube, facebook, instagram, TV, pertunjukan seni, bakti sosial, pawai atau karnafal dalam membangun *brand image*. Terkait pemanfaatan media audio visual; media youtube, facebook, instagram dianggap sarana paling efektif untuk membangun brand lembaga karena semua orang mempunyai HP yang bisa digunakan untuk akses internet. Media youtube, facebook, instagram, whatsapp dimanfaatkan untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, kerjasama, dan berbagai kegiatan lainnya.

#### **4) Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.**

Brand yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu adalah MA Plus Keterampilan, hal ini karena MA Ma'arif Udanawu yang merupakan lembaga pendidikan menengah tingkat atas berbasis agama Islam telah membuat terobosan dengan membuka program keterampilan. Program keterampilan inilah yang menjadi ciri keunikan tersendiri di mata masyarakat.

MA Ma'arif Udanawu sebenarnya mempunyai konsep three in one, dimana dalam pendidikannya mengintegrasikan antara ilmu agama, ilmu

umum, dan keterampilan. Seiring berjalannya waktu, program keterampilan mendapat apresiasi positif oleh masyarakat luas sehingga MA Ma'arif Udanawu cenderung dikenal dengan sebutan MA Plus Keterampilan. Lokasi madrasah yang jauh dari kebisingan perkotaan, sarana prasarana pembelajaran program keterampilan yang bagus, promosi layanan jasa pendidikan ke masyarakat luas, dan tenaga pendidik yang kompeten sesuai dengan bidang dan keahliannya merupakan beberapa hal yang menjadi penyokong kuatnya brand image MA Ma'arif Udanawu di mata public.

**5) Evaluasi Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.**

a) Evaluasi oleh pimpinan madrasah

Segenap pimpinan MA Ma'arif Udanawu melaksanakan rapat tiap sabtu siang pada awal bulan, hal ini bertujuan untuk mengetahui progres semua program dan kegiatan yang dilaksanakan.

Segala program selalu dipantau (monitoring dan evaluasi) oleh super team pada rapat pimpinan setiap bulan. Proses yang dilaksanakan dalam evaluasi adalah dengan beberapa tahap; pertama, dalam rapat rutin pimpinan, setiap program dianalisis progresnya satu persatu untuk dilihat seberapa cocok antara target diawal dengan pelaksanaan program. Bila program sudah berjalan sesuai harapan maka dianggap berhasil. Jika ternyata antara target tidak sesuai

dengan kondisi riilnya maka itu merupakan hal yang perlu untuk dievaluasi; kedua, sesudah tahu target yang dievaluasi maka langkah selanjutnya adalah mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama. Dari sebab-sebab tersebut diuraikan dan dicari jalan keluar atas sumberdaya yang dimiliki; ketiga, setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan.

b) Evaluasi melalui rapat dewan guru

Evaluasi juga dilaksanakan dalam bentuk rapat rutin oleh segenap dewan guru dan karyawan MA Ma'arif pada awal tahun ajaran dan akhir tahun ajaran. Di awal tahun ajaran mengarah pada persiapan pengajaran tahun yang akan berjalan sedang di akhir tahun adalah evaluasi terhadap kinerja yang telah berjalan. Pada evaluasi akhir tahun biasanya muncul ide bagaimana cara membangun brand image lembaga untuk tahun ajaran berikutnya. Sebagai contoh ide tentang branding yang pernah muncul adalah pemanfaatan TV dan Radio diganti dengan penggunaan media social seperti facebook, youtube, instagram, dan WA.

Rapat dengan dewan guru selain menyelesaikan tentang permasalahan yang ada juga untuk mengingatkan pada semua guru dan karyawan untuk menjaga betul nama baik MA Ma'arif ini, ya supaya brand image lembaga tetap baik dan madrasah ini tetap diminati masyarakat.

## 2. Analisis Lintas Situs

### a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Yang Dilakukan Oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar

#### 1) Penguatan internal lembaga

MA Ma'arif Kota Blitar merupakan lembaga pendidikan dibawah payung organisasi NU berbasis pondok pesantren. Istilah ini sesuai dengan jenis pendidikan yang diselenggarakan yaitu pendidikan *boarding school* dimana peserta didik tinggal 24 jam penuh di lokasi pondok pesantren. Sedangkan MA Ma'arif Udanawu merupakan pendidikan Islam yang berbasis masyarakat dibawah naungan yayasan Al Ma'arif. Dalam tataran pembelajaran, MA Ma'arif NU Kota Blitar menawarkan pendidikan bermuatan keaswajaan dengan mengedepankan tradisi dan budaya warga nahdliyin sedangkan MA Ma'arif Udanawu merupakan wujud pendidikan Islam modern dengan menyeimbangkan antara pembelajaran agama, ilmu umum, dan keterampilan. Kedua situs antara MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar sama-sama membangun kualitas/mutu terlebih dahulu sebelum membangun brand image lembaga. Bukti kualitas lembaga adalah kedua situs mendapatkan peringkat akreditasi A. Kedua situs termasuk lembaga yang diminati oleh masyarakat karena terbukti setiap tahun jumlah pendaftar di kedua situs selalu meningkat.

#### 2) Pendekatan eksternal

MA Ma'arif Kota Blitar mengenalkan diri sebagai pendidikan NU berbasis pondok pesantren yang menawarkan muatan pendidikan keaswajaan dalam pendekatan social ke masyarakat. Sedangkan MA Ma'arif Udanawu adalah lembaga pendidikan Islam swasta berbasis pengelolaan masyarakat yang dalam pendekatan sosial mengenalkan slogan “*three in one*” dimana pendidikan yang diselenggarakan menawarkan 3 hal, yaitu; pembelajaran ilmu agama dengan wujud budaya syar'i, ilmu umum dengan wujud prestasi siswa, dan keterampilan sebagai modal kerja setelah lulus.

MA Ma'arif NU Kota Blitar memanfaatkan sebagian pengajarnya yang merupaka da'i untuk mempromosikan lembaga ke para audience pengajian dalam pendekatan individual. Sedangkan MA Ma'arif Udanawu mendekati dan merangkul para tokoh masyarakat yang berpengaruh di masyarakat luas seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, dan pejabat pemerintahan. Hal tersebut sama-sama dilakukan agar lembaga pendidikan Islam dikenal dan mempunyai tempat di masyarakat.

MA Ma'arif NU Kota Blitar memanfaatkan interaksi yang harmonis dengan struktur kepengurusan NU baik dari tingkat cabang sampai ranting dan juga dengan keorganisasian dalam tubuh NU sendiri seperti ISNU, IPPNU/IPNU, Fatayat, Banser, Muslimat, Ansor dalam melaksanakan pendekatan interaksional. Sedangkan pendekatan interaksional di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar adalah dengan menjaga pola interaksi yang baik terhadap segenap organisasi

kemasyarakatan, organisasi pemerintahan, lembaga pendidikan lainnya, dinas kesehatan, PMI, balai latihan kerja, perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, dll.

b. Metode Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Di MA Ma'arif NU Kota Blitar Dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

Kedua lembaga menggunakan dua metode yaitu langsung dan tidak langsung dalam membangun *brand image* lembaga.

1) Metode Langsung

MA Ma'arif NU Kota Blitar menggunakan metode mendatangi dan mengundang masyarakat untuk menunjukkan eksistensi madrasah. Dalam mendatangi masyarakat misalnya dengan memanfaatkan siswa untuk aktif mengikuti pengajian rutin di masjid Agung Alun-Alun Kota Blitar, melalui ustad/pengajarnya yang sering ceramah diberbagai daerah, dan adanya program PKL. Dalam metode mengundang masyarakat misalnya dengan kegiatan rapat kepengurusan NU, istighosah, dan wisuda santri. Disisi lain, MA Ma'arif Udanawu dalam megenalkan madrasah lebih sering mengundang masyarakat datang ke madrasah seperti dalam acara wisuda, istighosah, pertemuan wali siswa pada ajaran baru, pengambilan raport, penyelenggaraan pengajian umum, bekerjasama dengan berbagai pihak, pelaksanaan ujian try out tingkat MTs/SMP. Dengan sering mengundang masyarakat datang ke MA Ma'arif Udanawu

Kabupaten Blitar maka berimplikasi pada peningkatan layanan terhadap; layanan jasa pendidikan kepada para siswa, layanan prima yang diberikan ketika mengundang orangtua wali ke madrasah, layanan hak dan kewajiban bertetangga kepada warga masyarakat sekitar madrasah.

## 2) Metode Tidak Langsung

Kedua lembaga yaitu antara MA Ma'arif NU Kota dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten cenderung sama-sama menggunakan media sosial dalam mengenalkan lembaga, hal ini dianggap efektif karena semua orang saat ini mampu mengakses media sosial dengan handphone dan jangkauannya mampu ke berbagai wilayah. Kedua lembaga juga memasarkan pendidikan pada musim PPDB dengan media sosial terkait informasi pelaksanaan pendaftaran maupun syarat administrasi yang diperlukan.

Media massa online yang dimanfaatkan kedua lembaga adalah website resmi lembaga. Website resmi digunakan untuk memberi informasi kepada masyarakat luas terkait pelaksanaan layanan pendidikan. Media massa elektronik radio dan tv sering dimanfaatkan MA Ma'arif NU kota Blitar untuk mengisi ceramah agama sebagai sarana bagian dari mendidik masyarakat dan juga membangun brand image lembaga. Sedangkan media massa berbentuk cetak yang sering dimanfaatkan MA Ma'arif Udanawu adalah surat kabar sebagai sarana informasi kepada masyarakat luas terkait kegiatan yang dilaksanakan di madrasah.

- c. Teknik dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

Kedua lembaga menggunakan teknik visual, audio, dan audio visual dalam teknik membangun *brand image*. Teknik visual adalah dengan cara menampilkan gambar secara visual, teknik audio adalah dengan menunjukkan suara kepada khalayak, sedangkan teknik audio visual adalah dengan menampilkan suara dan gambar. *Pertama*, dalam teknik visual ke dua lembaga memanfaatkan website resmi lembaga dengan alasan bahwa semua orang saat ini bisa mengakses website secara mudah melalui HP android. Selain website, segala kegiatan dan program di MA Ma'arif NU Kota Blitar didokumentasikan berupa foto kegiatan yang dishare ke publik melalui media online seperti instagram, facebook, dan status WA. Sedangkan di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan banner untuk menunjukkan prestasi siswa, capaian yang telah diraih MA Ma'arif, kedatangan tamu penting di madrasah, pelaksanaan peringatan hari besar agama, kegiatan penting madrasah, dan pagelaran lomba yang dipasang di sepanjang gerbang dan pintu masuk. *Kedua*, dalam teknik audio MA Ma'arif NU Kota Blitar memanfaatkan radio dalam membangun brand image lembaga karena sebagian dari pengajar Madrasah adalah da'i yang sering diundang ceramah di stasiun radio. Sedangkan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan pengeras suara (TOA) dalam pembacaan (secara terjadwal) asmaul husna, Al Qur'an, tahlil, dan istighosah pada setiap paginya karena sasarannya adalah masyarakat sekitar dan



orang yang lewat di depan madrasah. *Ketiga*, dalam teknik audio visual kedua lembaga antara MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar sama-sama memanfaatkan saluran media sosial untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan, disamping memanfaatkan media sosial MA Ma'arif NU Kota Blitar juga memanfaatkan kegiatan rapat. Pelaksanaan rapat dianggap paling mempunyai hasil yang signifikan terhadap brand image lembaga karena MA MA'arif NU Kota Blitar sering dijadikan tempat rapat oleh PC NU Kabupaten/Kota; baik dengan kepengurusan NU dari ranting sampai pusat dan atau digunakan rapat dengan instansi lainnya seperti pengurus LP Ma'arif, kapolres, dandim, dan tim dari dinas kesehatan.

- d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.

MA Ma'arif NU Kota Blitar berhasil membangun brand NU Boarding School di mata masyarakat sedangkan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar berhasil membangun brand MA Plus Keterampilan. Brand dari kedua lokasi diatas merupakan cermin lembaga atas jasa pendidikan yang diselenggarakan sehingga dikenal dan mengakar di mata masyarakat, misalnya; MA Ma'arif NU Kota Blitar mempunyai brand NU Boarding School karena dalam pelaksanaan pendidikan menerapkan system pesantren dimana para peserta didik mukim penuh selama 24 jam di pondok pesantren Nurul Ulum yang berbasis organisasi NU, sedangkan di

MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar mempunyai brand MA Plus Keterampilan karena para pengelola MA Ma'arif Udanawu yang notabene lembaga berbasis agama Islam telah mampu dan berhasil membuka program keterampilan.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam membangun brand image lembaga juga ditopang oleh beberapa factor yang dapat mempengaruhi brand image tersebut semakin kuat di mata public. Factor yang mempengaruhi tersebut diantaranya; jalan menuju lembaga yang mudah diakses masyarakat serta sarana prasarana yang mendukung proses pembelajaran, biaya pendidikan yang terjangkau masyarakat namun tetap memperhatikan kualitas pendidikan, sumber daya manusia yang unggul dan kompeten dibidangnya, promosi lembaga dengan memanfaatkan berbagai media sosial dan masa, dan produk lulusan yang berkualitas dan siap bersaing di era sekarang.

- e. Evaluasi dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

Kedua lembaga mempunyai kesamaan dalam hal evaluasi membangun *brand image* yaitu dilaksanakannya rapat rutin oleh segenap pimpinan lembaga. Rapat rutin yang dilaksanakan oleh MA Maarif NU Kota Blitar yaitu setiap senin dan setiap awal semester. Pada tiap senin adalah rapat segenap pimpinan MA Ma'arif NU dan pada setiap awal semester dilaksanakan rapat rutin semua guru dan karyawan. Karena MA Ma'arif NU Kota Blitar dibawah naungan pondok

pesantren Nurul Ulum maka beberapa rapat untuk evaluasi dikendalikan oleh pimpinan pondok pesantren. Sedangkan di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dilaksanakan rapat rutin setiap sabtu siang awal bulan oleh segenap pimpinan MA Ma'arif Udanawu dan dilaksanakan rapat dengan segenap dewan guru tiap awal dan akhir tahun ajaran. Dalam kaitan membangun brand image, beberapa permasalahan di MA Ma'arif NU Kota Blitar ditangani langsung oleh Waka Humas atas pertimbangan kepala madrasah sedangkan di MA Ma'arif Udanawu dilaksanakan rapat incidental segenap pimpinan madrasah.

Sedangkan langkah evaluasi dalam rapat yang dilaksanakan di MA Ma'arif NU Kota Blitar adalah dengan sistem SWOT, yaitu; 1) ditentukan target yang dievaluasi; 2) deskripsi kondisi internal yaitu dengan menganalisis kekuatan organisasi dan kelemahan organisasi; 3) diskripsi kondisi eksternal yaitu dengan peluang dan tantangan yang dihadapi; 4) menyusun strategi solusi permasalahan. Sedangkan pada MA Ma'arif Udanawu langkah pelaksanaan evaluasi adalah; ; 1) setiap program dianalisis progresnya satu persatu; 2) mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama; 3) setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan.

Tabel 4.1 Analisis temuan lintas situs di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar

No	Fokus	Indikator	Situs I MA Ma'arif NU	Situs II MA Ma'arif Udanawu	Temuan lintas situs
A.	Pendekatan Dalam Membangun <i>Brand Image</i> Lembaga Pendidikan Islam	Pendekatan internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperkuat kualitas lembaga dengan bukti capaian akreditasi A</li> <li>Sistem pembelajaran boarding school/24 jam</li> <li>Pengelolaan dalam naungan pondok pesantren Nurul Ulum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperkuat kualitas madrasah dengan capaian akreditasi A</li> <li>Membangun budaya syar'i di lingkungan madrasah</li> <li>Program keterampilan untuk membekali siswa</li> <li>Mengadakan program pengembangan prestasi siswa</li> </ul>	Untuk membangun brand image lembaga maka diperlukan membangun kualitas dari dalam seperti capaian akreditasi, budaya lembaga, peningkatan program dan kegiatan siswa, dan tata kelola lembaga yang tersistem
		Pendekatan eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>mengenalkan system pendidikan dengan muatan keaswajaan berbasis pondok pesantren</li> <li>memanfaatkan sebagian pengajarnya yang merupakan da'i untuk mempromosikan lembaga</li> <li>memanfaatkan interaksi yang harmonis dengan struktur kepengurusan NU baik dari tingkat cabang sampai ranting dan juga dengan keorganisasian dalam tubuh NU sendiri seperti ISNU, IPPNU/IPNU, Fatayat, Banser, Muslimat, Ansor, dll</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>mengenalkan slogan "three in one" dimana pendidikan yang diselenggarakan menawarkan 3 hal, yaitu; pembelajaran ilmu agama, ilmu umum, dan keterampilan.</li> <li>merangkul para tokoh masyarakat yang berpengaruh di masyarakat luas seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, dan pejabat pemerintahan.</li> <li>menjaga pola interaksi yang baik dengan segenap organisasi kemasyarakatan, warga masyarakat sekitar madrasah, organisasi pemerintahan, lembaga pendidikan lainnya, dinas kesehatan, balai latihan kerja, perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, dll</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lembaga pendidikan mempunyai slogan yang merupakan sebuah janji yang real dilaksanakan dalam kegiatan dan program lembaga.</li> <li>Supaya dikenal dan diterima masyarakat luas, lembaga pendidikan Islam melakukan pendekatan terhadap tokoh public, berinteraksi dan bekerjasama dengan organisasi yang ada di masyarakat.</li> <li>membangun ciri khas keunikan yang berbeda dengan lembaga lainnya.</li> </ul>
B.	Metode	Metode	• Mendatangi	• Mengundang	• Lembaga

Dalam Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan Islam	Langsung	<p>masyarakat sebagai upaya proaktif madrasah agar dikenal, diketahui, diminati, dipercaya oleh masyarakat atas penyelenggaraan pendidikan di MAM NU.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengundang masyarakat sebagai sarana silaturahmi dan mempererat ikatan emosional antara pihak MAM NU dengan masyarakat.</li> <li>• Mengundang masyarakat bertujuan supaya masyarakat mengetahui secara nyata tentang program kegiatan, fasilitas yang ada, dan keunggulan MAM NU dibanding lembaga lainnya.</li> </ul>	<p>masyarakat datang ke madrasah supaya terjadi jalinan komunikasi yang harmonis antara pengelola madrasah dengan masyarakat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengundang masyarakat dengan menunjukkan peningkatan terhadap; layanan jasa pendidikan kepada para siswa, layanan prima yang diberikan ketika mengundang orangtua wali ke madrasah, layanan hak dan kewajiban bertangga kepada warga masyarakat sekitar madrasah.</li> <li>• Mengundang masyarakat agar semakin berminat untuk memakai layanan jasa pendidikan setelah mengetahui program dan fasilitas yang dimiliki madrasah.</li> </ul>	<p>pendidikan Islam menunjukkan diri ke khalayak dengan cara mengundang masyarakat atau mendatangi masyarakat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengundang masyarakat untuk menunjukkan layanan pendidikan yang diselenggarakan dan mendatangi masyarakat sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi lembaga</li> <li>• Lembaga pendidikan Islam menunjukkan kesan di masyarakat sebagai lembaga yang memberi pelayanan terbaik pada siapapun yang berkepentingan</li> </ul>
	Metode Tidak Langsung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk komunikasi dua arah dengan masyarakat menggunakan media social, hal ini dianggap efektif karena jangkannya mampu ke berbagai wilayah.</li> <li>• Media sosial dianggap efisien dalam hal biaya, tahan lama, waktu upload yang fleksibel, dapat diperbaiki secara berkala.</li> <li>• Memanfaatkan media massa sebagai cara menyampaikan informasi ke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menggunakan media social dalam mengenalkan, memasarkan, membangun kesan, dan berkomunikasi kepada masyarakat, hal ini dianggap efektif karena semua orang saat ini mampu mengakses media sosial dengan handphone.</li> <li>• Memanfaatkan media massa (seperti media elektronik pengeras suara/TOA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam berkomiikasi dua arah lembaga pendidikan Islam memanfaatkan dan menggunakan media social.</li> <li>• Memanfaatkan media massa untuk menyampaikan informasi ke masyarakat luas terkait layanan pendidikan yang diselenggarakan.</li> <li>• Lembaga pendidikan Islam</li> </ul>

			masyarakat luas terkait layanan pendidikan yang diselenggarakan.		menguasai dan memanfaatkan saluran internet untuk mengenalkan diri ke khalayak umum karena cara online dapat menjangkau ke berbagai daerah dan juga dapat diakses oleh setiap orang.
C.	Teknik dalam membangun brand image lembaga pendidikan Islam	Teknik Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MA Ma'arif NU memanfaatkan website resmi lembaga karena lebih efektif dan efisien</li> <li>• MA Ma'arif NU segala kegiatan dan program didokumentasikan berupa foto kegiatan yang dishare ke publik melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan status WA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MA Ma'arif Udanawu memanfaatkan website resmi madrasah dengan alasan semua orang saat ini bisa mengakses website secara mudah melalui HP.</li> <li>• MA Ma'arif Udanawu sering memanfaatkan banner dan spanduk untuk menunjukkan prestasi siswa, capaian yang telah diraih, kedatangan tamu penting, pelaksanaan peringatan hari besar agama, kegiatan penting madrasah, dan pagelaran lomba yang dipasang di sepanjang gerbang dan pintu masuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk menarik minat masyarakat, website resmi lembaga pendidikan Islam dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan segala informasi terkait lembaga.</li> <li>• Capaian prestasi siswa dan lembaga didokumentasikan untuk di share ke masyarakat luas sebagai sarana membangun brand image lembaga</li> </ul>
		Teknik Audio	MA Ma'arif NU memanfaatkan radio karena sebagian dari pengajar Madrasah adalah da'i yang sering diundang ceramah di stasiun radio.	MA Ma'arif Udanawu memanfaatkan pengeras suara (TOA) dalam pembacaan (secara terjadwal) asmaul husna, Al Qur'an, tahlil, dan istighosah pada setiap paginya karena sasarannya adalah masyarakat sekitar dan orang yang lewat di depan madrasah.	Fungsi lembaga pendidikan Islam tidak hanya mendidik para peserta didiknya saja tetapi juga mendidik masyarakat luas lewat peran audio, misalnya kegiatan siswa yang dilaksanakan dengan alat bantu pengeras suara dan pengajarnya

					yang sering berceramah lewat stasiun radio
		Teknik Audio Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MA Ma'arif NU memanfaatkan saluran media instagram, facebook, youtube, whatsapp untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan.</li> <li>• Pelaksanaan rapat dianggap paling mempunyai hasil yang signifikan terhadap brand image lembaga karena MA MA'arif NU Kota Blitar sering dijadikan tempat rapat oleh PC NU Kabupaten/Kota; baik dengan kepengurusan NU dari ranting sampai pusat dan atau digunakan rapat dengan instansi lainnya seperti pengurus LP Ma'arif, kapolres, dandim, dan tim dari dinas kesehatan</li> </ul>	MA Ma'arif Udanawu memanfaatkan saluran media instagram, facebook, youtube, whatsapp untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk menarik minat masyarakat, lembaga pendidikan Islam memanfaatkan media instagram, facebook, youtube, whatsapp sebagai sarana menyampaikan informasi dan berkomunikasi.</li> <li>• Untuk menarik minat masyarakat, lembaga pendidikan Islam memanfaatkan komunitas Organisasi kemasyarakatan sebagai sarana menyampaikan informasi</li> </ul>
D	Brand yang berhasil dibangun oleh ke dua lembaga	Brand image lembaga	Brand image yang berhasil dibangun adalah NU Boarding School	Brand image yang berhasil dibangun adalah MA Plus Keterampilan	Brand image lembaga pendidikan Islam merupakan cerminan atas pendidikan yang diselenggarakan di mata masyarakat

E	Evaluasi dalam membangun <i>brand image</i> lembaga pendidikan Islam	Pelaksanaan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilaksanakan oleh waka humas dengan pertimbangan kepala madrasah</li> <li>• dilaksanakannya rapat rutin oleh segenap dewan ustad di MA Ma'arif NU</li> <li>• beberapa rapat untuk evaluasi MA Ma'arif NU dikendalikan oleh pimpinan pondok pesantren Nurul Ulum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dilaksanakannya rapat rutin dan rapat incidental oleh segenap pimpinan lembaga di MA Ma'arif Udanawu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam pelaksanaan evaluasi brand image, humas melaksanakan evaluasi atas pertimbangan oleh kepala madrasah.</li> <li>• Rapat rutin pimpinan madrasah merupakan salah satu agenda untuk memonitor dan mengevaluasi berjalannya sebuah program terkait brand image lembaga pendidikan Islam.</li> </ul>
		Langkah-langkah dalam evaluasi	<p>langkah evaluasi dalam rapat yang dilaksanakan MA Ma'arif NU adalah dengan system SWOT, yaitu; 1) ditentukan target yang dievaluasi; 2) deskripsi kondisi internal yaitu dengan menganalisis kekuatan organisasi dan kelemahan organisasi; 3) diskripsi kondisi eksternal yaitu dengan peluang dan tantangan yang dihadapi; 4) menyusun strategi solusi permasalahan.</p>	<p>langkah pelaksanaan evaluasi di MA Ma'arif Udanawu adalah; ; 1) setiap program dianalisis progresnya satu persatu; 2) mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama; 3) setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan</p>	<p>Lembaga pendidikan Islam mengetahui secara persis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan yang ada dalam menghadapi berbagai permasalahan, dan juga mempunyai langkah-langkah yang sistematis dalam menyelesaikan permasalahan lembaga secara mufakat</p>

### 3. Proposisi

Berdasarkan hasil analisis dan dialog temuan disesuaikan dengan focus penelitian, maka secara induktif konseptualistik diajukan proposisi tentang strategi



membangun brand image lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan minat masyarakat:

- a. Peningkatan mutu madrasah secara berkelanjutan akan meningkatkan brand image lembaga.
- b. Penguatan budaya akademik dan tata kelola lembaga yang tersistem akan menguatkan brand image lembaga.
- c. Pengenalan sebuah slogan sebagai ciri khas dan identitas diri lembaga dapat menjadikan brand image lembaga di masyarakat.
- d. Pendekatan terhadap tokoh public dan kerjasama dengan organisasi lain akan menambah nilai lebih brand image lembaga.
- e. Kegiatan atau program yang mengundang dan mendatangi masyarakat secara langsung dapat meningkatkan brand image lembaga.
- f. Pelayanan prima terhadap siapa saja yang berkepentingan terhadap lembaga akan memberikan dampak terhadap kualitas brand image lembaga.
- g. Penyampaian informasi tentang semua program dan kegiatan lembaga melalui media sosial dan media masa akan membangun brand image lembaga.
- h. Komunikasi dengan masyarakat luas melalui media sosial dan melalui organisasi kemasyarakatan akan memperkuat brand image lembaga.
- i. Jika madrasah memanfaatkan umbul-umbul, banner, dan spanduk yang dipajang di lingkungan madrasah maka akan membangun brand image lembaga.

- j. Jika para guru di lembaga pendidikan Islam menjadi pengisi ceramah agama di stasiun radio dan televisi maka akan meningkatkan brand image lembaga.
- k. Lokasi, biaya pendidikan, sumber daya manusia, produk lulusan, promosi akan menopang kuatnya brand image lembaga di mata masyarakat.
- l. Jika pimpinan lembaga mengadakan rapat secara rutin dalam mengevaluasi dan memonitor brand image maka akan diketahui sejauh mana brand lembaga diterima masyarakat.
- m. Jika para pimpinan lembaga menggunakan langkah-langkah yang sistematis dalam mengevaluasi capaian brand lembaga maka brand image lembaga di masyarakat akan mencapai hasil yang maksimal.

#### **4. Temuan Penelitian Akhir**

- a. Pendekatan Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Yang Di Lakukan Oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam membangun brand image yang pertama dilakukan adalah memperkuat kualitas lembaga dari dalam. Hal-hal yang diperkuat dari dalam lembaga adalah capaian akreditasi yang meliputi 8 standar (sarana prasarana, tenaga pendidik dan kependidikan, pembiayaan, kompetensi lulusan, proses, isi, penilaian pendidikan, dan pengelolaan), iklim dan budaya madrasah yang berlandaskan nilai-nilai Islam, menguatkan kualitas program dan kegiatan siswa, dan membuat tata

kelola lembaga yang tersistem secara rapi dalam mengatur tiap individu didalamnya. MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar membangun ciri khas keunikan sebagai pembeda dengan lembaga tingkat menengah atas lainnya, hal ini dilakukan untuk menembus pangsa pasar pendidikan dan agar diminati oleh masyarakat. Ciri khas MA Ma'arif NU Kota Blitar yang dikenal masyarakat adalah pembelajaran system boarding school karena siswa bermukim 24 jam penuh di lokasi pondok pesantren Nurul Ulum, sedangkan untuk MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar adalah program keterampilan karena telah membuka program seperti: rekayasa perangkat lunak, desain grafis, computer jaringan, tata boga, tata busana, tata rias, dan otomotif.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar melakukan pendekatan-pendekatan agar dikenal dan diterima oleh masyarakat. Pendekatan sosial dilakukan dengan cara membuat slogan yang merupakan janji real untuk dilaksanakan dalam kegiatan dan program lembaga, slogan tersebut merupakan cermin apa yang menjadi ciri khas lembaga. MA Ma'arif NU Kota Blitar membuat slogan "mondok sambil sekolah" yang berarti peserta didik wajib bermukim di Pondok pesantren Nurul Ulum Kota Blitar, sedangkan MA Ma'arif Udanawu mengenakan slogan "three in one" dimana tiap siswa mendapatkan layanan pembelajaran ilmu agama Islam, pengetahuan umum, dan keterampilan. Pendekatan interaksional yang dilakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar adalah dengan cara bekerjasama yang

saling menguntungkan dengan organisasi-organisasi yang ada di wilayah Blitar dan sekitarnya seperti dengan; PMII, Polres, Polsek, kodim, dandim, puskesmas, perguruan tinggi, BLK, dan lain-lain. Sedangkan pendekatan Individual dilakukan dengan cara mendekati dan menjalin hubungan baik terhadap tokoh yang berpengaruh seperti tokoh masyarakat, tokoh agama, dan para pejabat pemerintahan.

- b. Metode Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Di MA Ma'arif NU Kota Blitar Dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar melaksanakan strategi membangun brand image untuk meningkatkan minat masyarakat dengan metode langsung, yang artinya berhadapan secara langsung dengan masyarakat. metode langsung dilaksanakan dengan 2 cara yaitu mengundang masyarakat untuk langsung datang ke madrasah dan mendatangi masyarakat secara langsung. Kegiatan yang mengundang masyarakat secara langsung diantaranya bertujuan sebagai sarana silaturahmi untuk saling mempererat ikatan emosional antara masyarakat dengan pengelola madrasah, kegiatan mengundang masyarakat juga bermanfaat agar masyarakat mengetahui secara nyata tentang program kegiatan serta fasilitas yang ada di MAM NU. Kegiatan mendatangi dan berbaur masyarakat secara langsung merupakan upaya proaktif madrasah agar diketahui, dikenal, diminati oleh masyarakat.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar juga melaksanakan strategi membangun brand image dengan metode tidak langsung, artinya tidak berhadapan langsung dengan masyarakat yang dituju. Pelaksanaan metode tidak langsung adalah dengan memanfaatkan media baik media sosial atau media massa. Manfaat media sosial salah satunya adalah untuk berkomunikasi antara pihak madrasah dengan masyarakat yang berkepentingan. Sedangkan media massa digunakan untuk menyampaikan informasi ke masyarakat terkait layanan pendidikan yang diselenggarakan. MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar beranggapan bahwa pada saat ini pemanfaatan media sosial dan media masa adalah sarana yang efektif dalam mengenalkan madrasah ke khalayak umum karena mampu menjangkau ke berbagai wilayah dan bahkan dapat diakses oleh setiap orang setiap saat.

- c. Teknik dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menggunakan teknik audio, visual, dan audio visual dalam membangun brand image lembaga. *Pertama*, teknik audio berarti MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar menggunakan media suara dalam membangun brand image, diantaranya dengan radio dan pengeras suara. Radio

dimanfaatkan sebagai media ceramah agama Islam dan merupakan bagian tanggung jawab madrasah dalam mendidik masyarakat, pengeras suara dimanfaatkan sebagai sarana pembacaan (secara terjadwal) asmaul husna, Al Qur'an, tahlil, dan istighosah pada setiap paginya karena sasarannya adalah masyarakat sekitar dan orang yang lewat di depan madrasah. *Kedua*, teknik visual berarti MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan media yang dapat dilihat oleh mata, diantaranya dengan pemanfaatan website, pameran madrasah, foto kegiatan, majalah dinding, surat, papan pengumuman, flyer, billboard, banner, dan kalender. Website resmi lembaga dan foto kegiatan merupakan yang sering dimanfaatkan, web sering digunakan karena mudah diakses oleh semua orang sedangkan foto kegiatan merupakan bahan visual yang di share melalui media sosial dan massa. *Ketiga*, teknik audio visual berarti MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar memanfaatkan cara yang ada suara dan gambar, diantaranya adalah memanfaatkan media youtube, instagram, facebook, whatsapp, televisi, video singkat, pertunjukan seni, melalui ceramah agama, melalui rapat, dan kunjungan ke rumah.

- d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dikenal masyarakat luas dengan brand NU Boarding School karena para peserta didik dalam proses pendidikannya bermukim secara penuh selama 24 jam di pondok pesantren Nurul Ulum yang berbasis kepemilikan pengurus cabang NU Kota Blitar, sedangkan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dikenal di masyarakat dengan brand MA Plus Keterampilan karena MA Ma'arif Udanawu yang merupakan lembaga pendidikan Islam tingkat menengah atas telah mampu membuat terobosan dengan membuka program keterampilan.

Beberapa faktor yang menopang dan mempengaruhi kuatnya brand image di kedua lembaga tersebut diantaranya; lokasi pendidikan yang mudah diakses serta sarana prasarana yang berkualitas dalam mendukung proses pembelajaran, biaya pendidikan yang terjangkau namun tetap memperhatikan kualitas pendidikan, SDM lembaga yang unggul dan kompeten pada bidangnya, promosi lembaga dengan memanfaatkan berbagai media teknologi dan komunikasi, dan produk lulusan yang siap bersaing di era sekarang.

- e. Evaluasi dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

Waka humas di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar merupakan orang yang bertanggung jawab atas *brand image* lembaga. Langkah pertama evaluasi terkait *brand image* dilaksanakan waka humas atas pertimbangan kepala madrasah. Selanjutnya MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar secara rutin melaksanakan rapat untuk menyelesaikan permasalahan lembaga yang salah satunya adalah monitoring dan evaluasi terkait *brand image*, rapat rutin diikuti oleh segenap pimpinan madrasah (kepala madrasah, waka humas, waka kurikulum, waka sarana prasarana, waka kesiswaan, dan kepala TU). Selain melaksanakan rapat rutin, juga dilaksanakan rapat yang sifatnya incidental karena dalam perjalanan lembaga masalah bisa datang kapan saja.

Sedangkan langkah pelaksanaan evaluasi dalam rapat yaitu 1) setiap program dianalisis progresnya satu persatu; 2) ditentukan target yang dievaluasi; 3) mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama; 4) deskripsi kondisi internal yaitu dengan menganalisis kekuatan organisasi dan kelemahan organisasi; 5) deskripsi kondisi eksternal yaitu dengan peluang dan tantangan yang dihadapi; 6) menyusun strategi solusi permasalahan;



setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan.