

Abstrak

Muhammad Yahya, 2026, Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Madrasah (Studi Multisitus di MAN Kota Surabaya dan MAN 1 Gresik). Doktor, prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Promotor I Prof. Dr. H. Imam Fuadi, M.Ag, Promotor II Prof. Dr. H. Asrop Safi'i, M.Ag.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Citra Madrasah

Keberadaan madrasah pernah dihadapkan pada fenomena dimana masyarakat kurang tertarik untuk memilih lembaga-lembaga pendidikan Islam bukan karena telah terjadi pergeseran nilai atau ikatan keagamaannya yang mulai memudar, melainkan karena sebagian besar lembaga tersebut (dianggap) kurang menjanjikan masa depan dan kurang responsif terhadap tuntutan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan: 1) komunikasi yang baik, 2) hubungan antar individu, 3) manajemen cadangan, 4) pembangun citra yang baik dalam meningkatkan Citra madrasah MAN Surabaya di MAN 1 Gresik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis situs dengan rancangan multisitus. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan meliputi: wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Data yang telah terhimpun dilakukan pengorganisasian, penafsiran dan di analisis secara berulang hingga ke lintas situs, sehingga terdapat temuan penelitian. Teknik analisis data menggunakan alur data koleksi, reduksi data, display data dan penarikan simpulan).

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Komunikasi yang baik meningkatkan citra MAN Kota Surabaya dan MAN 1 Gresik melalui: *Strategic Communication Lead, Brand Icon atau Brand Champion, Digital Transparency, In-House Branding, Edu-Personal Communication, Achievement Showcase, Service Excellence, Peer-Social Interaction, Creative Content, Ethics in Action, Academic Excellence Culture, Direct & Indirect Communication, Building Trust atau Relationship Growth*. 2) Hubungan antar individu meningkatkan citra MAN Kota Surabaya dan MAN 1 Gresik melalui *Alumni Network, Stakeholder Network, Active Collaboration, Public Transparency, Social Integration, Open Harmony, Digital Public Relation, CRM System, PR SOP, Alumni Empowerment, Strategic Partnership, Real Action, Building Relations, Shared Understanding, Public Support, Social Media, Customer Survey*. 3) Manajemen cadangan meningkatkan citra MAN Kota Surabaya dan MAN 1 Gresik dikuatkan dengan keamanan digital, HR atau Manajemen SDM, *Hybrid Storage, Cloud System, Arsip Manual, Multi-Layer Security, Respon Publik, Leadership Policy*. 4) Pembangun citra yang baik meningkatkan citra MAN Kota Surabaya dan MAN 1 Gresik dengan menetapkan *Strategi Citra, Brand Madrasah, Publikasi Prestasi, Peran Humas, Kepercayaan Produk, Kolaborasi Komunitas, Reputasi, Digitalisasi, Virtual Open House, Pengaduan Responsif, Identitas Visual*. Temuan formal penelitian ini adalah manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah berbasis *Community-vocational digitalization model*.

Abstract

Muhammad Yahya, 2026. *Public Relations Management in Enhancing the Image of Madrasah (A Multi-Site Study at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik)*. Doctoral Dissertation, Department of Islamic Education Management, Postgraduate Program, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Prof. Dr. Imam Fuadi, M.Ag Promoter I and Prof. Dr. Asrop Safi'i, M.Ag Promoter II.

Keywords: Public Relations Management, Madrasah Image

The existence of madrasahs has at times faced a phenomenon in which society shows less interest in choosing Islamic educational institutions—not because of a shift in values or a weakening of religious ties, but rather because many of these institutions are perceived as offering limited prospects for the future and being less responsive to societal demands.

This study aims to analyze and identify: (1) the good communication, (2) the relationships, (3) the back-up management, and (4) the good image makers in enhancing the image of madrasahs, specifically at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik.

This study employs a qualitative approach with a multi-site design. The data collection techniques used include in-depth interviews, participant observation, and documentation. The collected data were organized, interpreted, and repeatedly analyzed across sites, leading to the emergence of research findings. The data analysis techniques followed the flow of data collection, data reduction, data display, and verification (conclusions).

Research Findings The results of this study show: 1) Good Communication Enhancing the image of madrasahs at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik through: Strategic Communication Leadership, Brand Icon or Brand Champion, Digital Transparency, In-House Branding, Edu-Personal Communication, Achievement Showcase, Service Excellence, Peer-Social Interaction, Creative Content, Ethics in Action, Academic Excellence Culture, Direct and Indirect Communication, and Building Trust or Relationship Growth. 2) Relationships Improving the image of madrasahs at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik through: Alumni Network, Stakeholder Network, Active Collaboration, Public Transparency, Social Integration, Open Harmony, Digital Public Relations, CRM System, PR Standard Operating Procedures, Alumni Empowerment, Strategic Partnerships, Real Action, Building Relations, Shared Understanding, Public Support, Social Media, and Customer Surveys. 3) Back-Up Management Strengthening the image of madrasahs at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik through: Digital Security, Human Resource Management, Hybrid Storage, Cloud Systems, Manual Archiving, Multi-Layer Security, Public Response, and Leadership Policy. 4) Good Image Makers Enhancing the image of madrasahs at MAN Kota Surabaya and MAN 1 Gresik by establishing: Image Strategies, Madrasah Branding, Achievement Publications, the Role of Public Relations, Product Trust, Community Collaboration, Reputation, Digitalization, Virtual Open House, Responsive Complaints Handling, and Visual Identity. The formal finding of this research is that public relations management in enhancing the image of madrasahs is based on a *Community-Vocational Digitalization Model*.

مُستَخْلَصُ البَحْثِ

مُحَمَّدُ يَحْيَى، ٢٠٢٥ م. إِدَارَةُ الْعَلَاqَاتِ الْعَامَّةِ فِي تَحْسِينِ صُورَةِ الْمَدْرَسَةِ (دِرَاسَةٌ مُتَعَدِّدَةُ الْمَوَاقِعِ فِي الْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ بِمَدِينَةِ سُورَابَايَا، وَالْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ الْأَوَّلَى بِكِرِيْسِيك). بَرْنَامُجُ الدُّكْتُورَاهِ فِي إِدَارَةِ التَّعْلِيمِ الْإِسْلَامِيِّ بِجَامِعَةِ سَيِّدِ عَلِيٍّ رَحْمَةُ اللَّهِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ تُؤَلَّوْنُجُ أَجُونُج. الْمُشْرِفُ الْأَوَّلُ: أ. الدُّكْتُورُ إِمَامُ فُؤَادِي، الْمَاجِسْتِيرُ. الْمُشْرِفُ الثَّانِي: أ. الدُّكْتُورُ أُسْرُوفُ الشَّافِعِي، الْمَاجِسْتِيرُ. الْكَلِمَاتُ الْمِفْتَاحِيَّةُ: إِدَارَةُ الْعَلَاqَاتِ الْعَامَّةِ، صُورَةُ الْمَدْرَسَةِ.

وَاجَهَ وُجُودُ الْمَدَارِسِ الْإِسْلَامِيَّةِ ظَاهِرَةً تَمَثَّلَتْ فِي ضَعْفِ إِقْبَالِ الْمُجْتَمَعِ عَلَى اخْتِيَارِ مُؤَسَّسَاتِ التَّعْلِيمِ الْإِسْلَامِيِّ، لَا بِسَبَبِ خُدُوثِ تَحَوُّلٍ فِي الْقِيَمِ أَوْ تَرَاجُعِ الرُّوَاطِطِ الدِّيْنِيَّةِ، بَلْ لِأَنَّ جُزْءًا كَبِيرًا مِنْ تِلْكَ الْمُؤَسَّسَاتِ كَانَ يُنْظَرُ إِلَيْهِ عَلَى أَنَّهُ أَقْلٌ وَعُدَا بِمُسْتَقْبَلِ أَفْضَلٍ وَأَقْلُ اسْتِجَابَةً لِمُتَطَلَّبَاتِ الْمُجْتَمَعِ.

وَيَهْدَفُ هَذَا الْبَحْثُ إِلَى تَحْلِيلِ وَاكْتِشَافِ: (١) تَطْوِيرِ الْكُودِرِ الْإِتِّصَالِيَّةِ الْفَاعِلَةِ، (٢) تَطْوِيرِ الْعَلَاqَاتِ (٣) تَطْوِيرِ الْإِدَارَةِ الدَّاعِمَةِ، وَ(٤) تَطْوِيرِ صَانِعِي الصُّورَةِ الْإِجَابِيَّةِ فِي تَحْسِينِ صُورَةِ الْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ بِمَدِينَةِ سُورَابَايَا، وَالْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ الْأَوَّلَى بِكِرِيْسِيك.

اعْتَمَدَ الْبَحْثُ الْمَنْهَجَ النَّوعِيَّ، بِنَمَطِ دِرَاسَةِ الْمَوَاقِعِ مَعَ تَصْمِيمِ مُتَعَدِّدِ الْمَوَاقِعِ. وَشَمِلَتْ تَقْنِيَّاتُ جَمْعِ الْبَيَانَاتِ: الْمُقَابَلَاتِ الْمُعَمَّقَةِ، وَالْمَلَاخِظَةَ بِالْمُشَارَكَةِ، وَالتَّوْثِيقَ. وَقَدْ نَظُمَتْ الْبَيَانَاتُ الْمُجْمَعَةُ، وَفُسِّرَتْ، وَخُلِّلَتْ بِصُورَةٍ تَكَرَّرِيَّةٍ، وَعَبَّرَ الْمُقَارَنَةُ بَيْنَ الْمَوَاقِعِ حَتَّى الْوُصُولِ إِلَى نَتَائِجِ الْبَحْثِ. كَمَا اسْتُخْدِمَتْ فِي تَحْلِيلِ الْبَيَانَاتِ مَرَاوِلُ جَمْعِ الْبَيَانَاتِ، وَاخْتِرَالُهَا، وَعَرْضُهَا، وَالتَّحَقُّقُ مِنْهَا (اسْتِخْلَاصُ الْاسْتِنْتَاجَاتِ).

وَتُظْهِرُ نَتَائِجُ الدِّرَاسَةِ مَا يَلِي: إِنَّ تَطْوِيرَ الْكُودِرِ الْإِتِّصَالِيَّةِ الْفَاعِلَةِ يُسَهِّمُ فِي تَحْسِينِ صُورَةِ الْمَدْرَسَةِ فِي الْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ بِمَدِينَةِ سُورَابَايَا وَالْمَدْرَسَةِ الثَّانَوِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ الْحُكُومِيَّةِ الْأَوَّلَى بِكِرِيْسِيك مَحَلَّ الدِّرَاسَةِ، وَذَلِكَ مِنْ خِلَالِ: قِيَادَةِ الْإِتِّصَالِ الْإِسْتِرَاتِيْجِيِّ، وَآيَقُونَةِ الْعَلَامَةِ أَوْ بَطْلُهَا، وَالشَّفَافِيَّةِ الرَّقْمِيَّةِ، وَبِنَاءِ الْعَلَامَةِ دَاخِلِيًّا، وَالْإِتِّصَالِ التَّعْلِيمِيِّ الشَّخْصِيِّ، وَعَرْضِ الْإِنْجَازَاتِ، وَالتَّمْيِزِ فِي الْخِدْمَةِ، وَالتَّفَاعُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ بَيْنَ الْأَقْرَانِ، وَالْمُحْتَوَى الْإِبْدَاعِيِّ، وَالْأَخْلَاقِيَّاتِ فِي الْمُمَارَسَةِ، وَثَقَافَةِ التَّمْيِزِ الْأَكَادِيمِيِّ، وَالْإِتِّصَالِ الْمُبَاشِرِ

وغير المباشر، وبناء الثقة أو نمو العلاقات) إن تطوير العلاقات يُعزّز صورة المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بمدينة سورابايا والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى بكريسيك، وذلك عبر: شبكة الخريجين، وشبكة أصحاب المصالح، والتعاون النشط، والشفافية العامة، والاندماج الاجتماعي، والانسجام المفتوح، والعلاقات العامة الرقمية، ونظام إدارة علاقات المستفيدين، وإجراءات التشغيل القياسية للعلاقات العامة، وتمكين الخريجين، والشركات الاستراتيجية، والعمل الواقعي، وبناء العلاقات، والفهم المشترك، والدعم المجتمعي، ووسائل التواصل الاجتماعي، واستطلاعات رضا المستفيدين. (إن تطوير الإدارة الداعمة يحسّن صورة المدرسة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بمدينة سورابايا والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى بكريسيك، وذلك بدعم من: الأمن الرقمي، وإدارة الموارد البشرية، والتخزين الهجين، ونظم الحوسبة السحابية، والأرشيف اليدوية، والأمن متعدد الطبقات، والاستجابة العامة، وسياسات القيادة. إن تطوير صنّاع الصورة الإيجابية يحسّن صورة المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بمدينة سورابايا والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى بكريسيك عبر: تحديد استراتيجيّة الصورة، وبناء العلامة المؤسسية للمدرسة، ونشر الإنجازات، ودور العلاقات العامة، وبناء الثقة بالمنتج التعليمي، والتعاون المجتمعي، والسّمنة، والرقمنة، والبيوت المفتوحة الافتراضية، والاستجابة للشكاوى، والهوية البصرية. وتتمثل الخلاصة الرسمية للدراسة في أن إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة المدرسة تقوم على نموذج الرقمنة المجتمعية-المهنية