

BAB V

SIMPULAN, REKOMENDASI, DAN PRODUK PENELITIAN

D. Simpulan

1. Simpulan Umum

Manajemen kehumasan di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong telah berjalan dengan arah strategis dalam meningkatkan minat calon peserta didik, meski belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip manajemen GR Terry karena masih bersifat intuitif dan belum berbasis data serta indikator terukur. Keempat fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, telah diterapkan secara adaptif dengan memanfaatkan sumber daya internal, publikasi digital, dan kerja sama eksternal. Integrasi nilai-nilai teologis, etis, rasional, dan pragmatis menjadi keunggulan konseptual yang memberi arah moral dan spiritual bagi praktik kehumasan, sehingga meski terdapat keterbatasan struktural dan sumber daya, kedua madrasah mampu membangun citra positif, memperluas jangkauan komunikasi, dan meningkatkan minat peserta didik baru secara nyata.

2. Simpulan Khusus

Perencanaan manajemen kehumasan di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong telah menunjukkan arah strategis dalam meningkatkan minat calon peserta didik, namun belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip planning menurut GR Terry yang mensyaratkan perencanaan berbasis data, analisis masa depan, atau indikator kinerja yang terukur. Integrasi nilai teologis dalam perencanaan menjadi kekuatan khas madrasah namun nilai teologis tersebut masih bersifat normatif dan belum dioperasionalkan dalam instrumen manajerial.

Pengorganisasian kehumasan menunjukkan bahwa kedua madrasah mulai mengadopsi prinsip-prinsip struktur fungsional, dan telah sesuai dengan teori GR Terry terutama dalam hal pembentukan struktur

formal, pembagian kerja, delegasi kewenangan, dan alokasi sumber daya yang rasional serta efisien. Dengan pembagian kerja yang mengacu pada tugas-tugas seperti dokumentasi, publikasi, dan promosi. Namun demikian, struktur organisasi kehumasan belum diinstitusionalisasi dalam struktur resmi madrasah, dan belum dilandasi prinsip manajerial yang kuat, seperti garis komando yang jelas, tanggung jawab kolektif. Keunggulan pengorganisasian terletak pada integrasi nilai-nilai teologis dan etis yang memberi arah moral, amanah, dan tanggung jawab spiritual dalam pengelolaan humas madrasah.

Pelaksanaan manajemen kehumasan di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong telah mencerminkan prinsip *actuating* G.R. Terry melalui motivasi, kepemimpinan, dan komunikasi yang cukup efektif, serta pemanfaatan media digital. MAN 1 kuat pada kepemimpinan partisipatif dan komunikasi terbuka, sementara MAN 2 unggul pada sistem insentif dan pembagian tugas. Namun, keduanya masih lemah pada aspek sistemik, terutama karena belum memiliki perencanaan strategis, indikator kinerja, pemetaan stakeholder, dan SOP isu-krisis. Fungsi pelaksanaan juga menunjukkan nilai etis dan praktis, tetapi belum sepenuhnya terbangun sebagai sistem kelembagaan yang solid..

Fungsi pengendalian kehumasan di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong meliputi pengukuran kinerja, perbandingan standar, dan tindakan korektif telah sesuai dengan sebagian prinsip pengendalian G.R. Terry. Kekuatan ada pada pemantauan rutin, ketepatan waktu publikasi, respons pimpinan melalui pembinaan SDM, validasi konten yang ketat, serta pada integrasi nilai rasionalisme, pragmatisme, dan enam sistem nilai Ahmad Sanusi yang memperkuat logika analisis, efektivitas hasil, serta arah moral dan spiritual dalam evaluasi, sehingga *controlling* berfungsi tidak hanya sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai sarana pembinaan etis dan religius. Kelemahan ditemukan pada belum adanya indikator evaluasi yang baku, dokumentasi yang sistematis, dan pelibatan stakeholder eksternal, sehingga pengendalian masih bersifat subjektif, intuitif dan

normatif, belum memenuhi standar evaluasi manajerial yang terstruktur, berbasis data, dan indikator terukur.

Permasalahan manajemen kehumasan di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong berakar pada aspek struktural, sumber daya, dan pembiayaan yang saling terkait. Secara struktural, belum adanya unit humas formal serta belum terintegrasinya kehumasan dalam dokumen perencanaan dan penganggaran membuat fungsi komunikasi publik berjalan secara teknis dan insidental. Dari sisi sumber daya, ketiadaan tenaga profesional, beban kerja ganda, dan keterbatasan fasilitas menghambat konsistensi dan kualitas publikasi digital. Secara kelembagaan, pandangan terhadap humas hanya sebagai tugas tambahan mengurangi efektivitasnya dalam membangun citra dan hubungan eksternal madrasah. Keterbatasan anggaran memperkuat permasalahan ini, bukan hanya karena kurangnya dana, tetapi karena humas belum diposisikan sebagai bagian strategis dalam pembangunan reputasi lembaga.

Sebagai solusi atas kendala tersebut MAN 1 dan MAN 2 Tabalong telah melakukan berbagai langkah adaptif dalam mengatasi keterbatasan SDM, fasilitas, dan pembiayaan kehumasan, namun sifatnya masih parsial dan belum sepenuhnya sistemik. Pada aspek fasilitas dan anggaran, penggunaan alat pribadi, ruang sementara, pengadaan bertahap, serta kreativitas pembiayaan mencerminkan daya adaptasi, namun belum didukung pos anggaran tetap dan perencanaan strategis kelembagaan. Secara keseluruhan, solusi yang diterapkan telah membuka arah perubahan positif, tetapi masih memerlukan penguatan struktur, kebijakan, dan budaya organisasi agar kehumasan benar-benar menjadi fungsi strategis dalam peningkatan citra dan daya saing madrasah.

Dampak penerapan manajemen kehumasan di MAN di Tabalong meskipun belum ideal namun telah memiliki dampak signifikan. Kedua madrasah berhasil membangun citra positif melalui eksistensi digital dan komunikasi yang intens dengan masyarakat. Kehumasan berbasis nilai filosofis dan nilai-nilai Islam terbukti efektif dalam meningkatkan

kredibilitas, reputasi, dan daya tarik madrasah di mata publik, dan akses masyarakat terhadap pendidikan Islam yang bermutu semakin terbuka sesuai amanat UU No. 14 Tahun 2008.

E. Rekomendasi

1. Bagi Pengawas Pembina Madrasah
 - a. Menginisiasi penyusunan pedoman manajemen kehumasan madrasah berbasis standar mutu dan nilai-nilai pendidikan Islam, yang dapat digunakan sebagai acuan oleh semua madrasah binaan.
 - b. Mendorong evaluasi rutin terhadap efektivitas fungsi humas di madrasah, termasuk dengan indikator yang terukur dalam Rencana Kerja dan Anggaran Madrasah (RKAM).
 - c. Memberikan bimbingan teknis (bimtek) dan penguatan kapasitas kepada kepala madrasah dalam hal kepemimpinan strategis bidang kehumasan dan pengembangan citra institusi.
 - d. Melibatkan unsur humas dalam pengawasan implementasi Standar Pelayanan Minimal (SPM) dan standar mutu madrasah dalam konteks hubungan dengan masyarakat.
2. Bagi Kepala MAN 1 dan MAN 2 Tabalong
 - a. Menetapkan Unit Kehumasan sebagai bagian struktural resmi dalam organisasi madrasah dengan struktur tugas, fungsi, dan tanggung jawab yang jelas dan terdokumentasi.
 - b. Mengalokasikan anggaran khusus untuk mendukung program-program kehumasan dalam RKAM setiap tahunnya secara proporsional dan berkelanjutan.
 - c. Mengintegrasikan rencana kehumasan ke dalam dokumen perencanaan madrasah seperti Rencana Kerja Madrasah (RKM), dengan memperhatikan indikator kinerja kehumasan berbasis data.
 - d. Mendorong kerjasama dengan media lokal, instansi pemerintah, dan mitra eksternal lainnya untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun jejaring publik yang strategis.

- e. Menyediakan sarana prasarana humas yang mendukung, seperti perangkat editing, kamera, koneksi internet, serta pelatihan khusus bagi tim humas.
3. Bagi Tim Humas MAN 1 dan MAN 2 Tabalong
- a. Menyusun strategi komunikasi kehumasan berbasis data, termasuk riset sederhana terhadap persepsi masyarakat, tren media sosial, dan profil calon peserta didik.
 - b. Mengembangkan konten kreatif dan informatif secara konsisten melalui berbagai platform digital dengan pendekatan storytelling yang kuat dan humanistik.
 - c. Menjalin koordinasi yang erat dengan guru, tenaga kependidikan, dan alumni dalam membangun narasi positif tentang madrasah.
 - d. Mengelola sistem dokumentasi kegiatan madrasah secara terstruktur dan terarsipkan dengan baik sebagai bahan publikasi berkala.
 - e. Menginisiasi agenda komunikasi dua arah dengan publik seperti forum dialog, survey kepuasan, atau program humas goes to school.
4. Bagi Tenaga Pendidik dan Kependidikan MAN 1 dan MAN 2 Tabalong
- a. Mendukung program-program kehumasan dengan berperan aktif dalam dokumentasi, publikasi, dan penyebaran informasi tentang kegiatan pembelajaran dan prestasi siswa.
 - b. Menjaga komunikasi yang baik dengan siswa dan orang tua sebagai bagian dari representasi citra positif madrasah di lingkungan sosial masing-masing.
 - c. Memberikan masukan dan ide-ide kreatif kepada tim humas untuk peningkatan promosi dan penguatan brand madrasah.
 - d. Meningkatkan kesadaran bahwa seluruh komponen madrasah merupakan bagian dari citra kelembagaan yang harus dikelola secara kolektif dan profesional.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur efektivitas strategi kehumasan terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru.
- b. Melakukan studi komparatif antara madrasah dan sekolah umum atau antara madrasah berbasis kota dan pedesaan untuk melihat diferensiasi pendekatan manajemen kehumasan.
- c. Menyelidiki aspek peran media sosial dan digital branding dalam membangun loyalitas peserta didik dan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam.
- d. Mengkaji hubungan antara penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehumasan dengan kepercayaan publik terhadap madrasah.
- e. Menyusun instrumen evaluasi kinerja kehumasan yang valid dan reliabel untuk digunakan sebagai acuan penelitian dan praktik manajerial di lembaga pendidikan.

F. Produk Penelitian

1. Judul Produk Penelitian

Produk penelitian ini disusun dengan judul: **Model Hipotetik Manajemen Kehumasan Partisipatif Berbasis Nilai pada Madrasah Aliyah Negeri Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik.**

2. Alasan Rasional

Dalam iklim pendidikan kontemporer yang ditandai oleh kompetisi antar-lembaga, keterbukaan informasi, dan ekspektasi publik yang semakin tinggi, keberadaan manajemen kehumasan tidak lagi sekadar pelengkap administratif atau bagian pinggir dari organisasi madrasah. Sebaliknya, fungsi kehumasan telah menjadi salah satu indikator strategis dalam keberhasilan tata kelola lembaga pendidikan, termasuk madrasah aliyah negeri. Madrasah tidak hanya dituntut untuk menyelenggarakan pembelajaran bermutu dan berkarakter, tetapi juga mampu menampilkan dirinya sebagai lembaga yang terbuka, adaptif, komunikatif, dan dipercaya publik. Oleh sebab itu, manajemen kehumasan merupakan jembatan krusial antara dunia internal madrasah dan realitas sosial yang terus bergerak.

Perubahan cara masyarakat memandang lembaga pendidikan, terutama dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka, kini lebih kompleks dan multidimensional. Mereka tidak hanya melihat isi kurikulum atau status akreditasi, tetapi juga mempertimbangkan kesan yang dibentuk oleh citra lembaga, gaya komunikasi yang dijalankan, serta konsistensi pesan publik yang disampaikan oleh madrasah. Dalam konteks ini, humas berperan bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi sebagai pengelola persepsi dan penjaga integritas institusi. Di sinilah urgensi penguatan fungsi kehumasan menjadi nyata dan mendesak, terlebih bagi madrasah aliyah negeri yang masih menghadapi tantangan dalam membangun citra dan meningkatkan animo masyarakat untuk memilihnya.

Kenyataan ini mengharuskan setiap madrasah untuk mulai membangun sistem kehumasan yang tidak hanya bersifat teknis dan reaktif, tetapi juga strategis, partisipatif, dan berorientasi nilai. Dengan sistem humas yang dikelola secara profesional dan terencana, madrasah dapat memperkuat eksistensinya, membangun kepercayaan masyarakat, dan menarik minat calon peserta didik secara lebih efektif. Dalam kerangka inilah, dapat dirumuskan lima alasan rasional utama mengapa manajemen kehumasan perlu ditempatkan sebagai fungsi strategis dalam penyelenggaraan pendidikan di madrasah aliyah negeri:

Pertama, manajemen kehumasan yang efektif mampu membangun identitas kelembagaan yang kuat dan kredibel. Identitas ini sangat penting karena masyarakat, khususnya orang tua calon peserta didik, membuat keputusan pendidikan bukan hanya berdasarkan kurikulum atau nilai akademik, tetapi juga berdasarkan citra dan reputasi yang mereka tangkap dari madrasah. Tanpa strategi komunikasi yang terarah, keunggulan madrasah dalam bidang keagamaan, akademik, maupun karakter bisa tenggelam dalam persepsi publik yang keliru atau tidak terbangun.

Kedua, manajemen kehumasan yang sistematis dapat menjadi jembatan komunikasi antara madrasah dan publik. Dalam konteks Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, madrasah

sebagai lembaga publik berkewajiban untuk menyampaikan informasi secara transparan, akurat, dan bertanggung jawab. Fungsi ini tidak hanya untuk akuntabilitas, tetapi juga sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam mendukung kemajuan madrasah.

Ketiga, fungsi kehumasan menjadi sangat vital dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) bukan hanya proses administrasi, melainkan juga momentum branding institusi. Di sinilah humas berperan dalam menyusun strategi promosi yang tepat sasaran, menarik, dan bernuansa religius yang mencerminkan keunggulan madrasah. Tanpa strategi yang terencana, madrasah akan tertinggal dalam mempromosikan keunggulannya dibandingkan sekolah umum atau swasta lain yang lebih agresif dalam promosi.

Keempat, penguatan kehumasan juga sejalan dengan semangat manajemen berbasis sekolah (MBS), di mana setiap unsur sekolah, termasuk SDM, fasilitas, dan relasi eksternal, dikelola secara otonom, partisipatif, dan akuntabel. Dalam pendekatan MBS, humas bukan sekadar pelaksana teknis, tetapi menjadi bagian dari tata kelola mutu pendidikan madrasah. Ia menjadi wajah madrasah di hadapan masyarakat, termasuk mitra, alumni, orang tua, dan pemangku kepentingan lainnya.

Kelima, humas madrasah berperan sebagai agen pengubah persepsi (*perception management*) terhadap stereotip atau stigma yang kadang melekat pada lembaga pendidikan Islam. Melalui komunikasi yang berbasis nilai Islam dan sistem nilai pendidikan (seperti nilai etis dan teleologis), madrasah dapat tampil sebagai lembaga yang unggul, terbuka, modern, namun tetap kokoh secara ideologis.

Pentingnya manajemen kehumasan di Madrasah Aliyah Negeri bukan hanya untuk memenuhi fungsi komunikasi internal dan eksternal, tetapi juga sebagai strategi eksistensial dan transformasional yang menentukan kelangsungan dan perkembangan lembaga di masa depan. Maka diperlukan model manajemen kehumasan partisipatif yang tidak hanya berbasis pada

prinsip manajerial modern (POAC), tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam dan sistem nilai pendidikan yang utuh dan membebaskan.

3. Tujuan

Penyusunan model hipotetik manajemen kehumasan partisipatif berbasis nilai pada madrasah aliyah negeri ini dilandasi oleh kebutuhan mendesak untuk menghadirkan sebuah kerangka sistematis, terpadu, dan berbasis nilai yang mampu menjawab tantangan strategis lembaga pendidikan Islam di era modern. Model ini bukan sekadar hasil perumusan akademik, tetapi merupakan representasi dari upaya menyusun solusi praktis yang aplikatif atas temuan-temuan empirik di lapangan yang menunjukkan lemahnya sistem pengelolaan kehumasan di madrasah, baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Oleh karena itu, tujuan utama dari penyusunan produk ini adalah menghadirkan alat bantu strategis berupa model manajemen kehumasan partisipatif, yang mampu digunakan oleh madrasah aliyah negeri sebagai panduan dalam mengelola komunikasi publik dan promosi institusi secara terarah, terstruktur, dan bernilai.

Model ini juga bertujuan untuk mengangkat fungsi kehumasan dari ranah administratif-teknis menuju peran strategis yang integral dalam manajemen lembaga. Kehumasan di madrasah selama ini cenderung bersifat reaktif dan tidak dilandasi oleh perencanaan yang matang, serta minim evaluasi berbasis data. Padahal, dalam konteks dinamika masyarakat yang makin sadar informasi dan selektif dalam memilih lembaga pendidikan, humas justru menjadi garda terdepan dalam membangun persepsi publik, membentuk citra lembaga, serta menyampaikan pesan-pesan kunci lembaga secara konsisten dan terpercaya. Oleh sebab itu, model ini diarahkan untuk mendorong madrasah agar secara sadar dan terencana membangun sistem kehumasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga visioner.

Lebih jauh, penyusunan model ini bertujuan untuk menanamkan kesadaran bahwa keberhasilan manajemen kehumasan tidak hanya bergantung pada individu pelaksana humas, tetapi pada keterlibatan

kolektif seluruh warga madrasah. Oleh karena itu, produk ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, di mana siswa, guru, alumni, hingga orang tua dilibatkan dalam struktur dan aktivitas kehumasan. Tujuan ini selaras dengan paradigma manajemen berbasis sekolah (school-based management), yang menekankan kemandirian lembaga dalam pengelolaan sumber daya, termasuk dalam membangun relasi eksternal dan membentuk kepercayaan masyarakat.

Selain itu, model ini memiliki tujuan ideologis dan filosofis, yaitu mengintegrasikan nilai-nilai dasar keislaman dan sistem nilai kemanusiaan universal ke dalam praktik kehumasan madrasah. Dalam konteks ini, nilai etis seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, serta nilai teleologis seperti kebermanfaatan, orientasi tujuan, dan keberhasilan jangka panjang, diinternalisasikan ke dalam strategi komunikasi dan aktivitas promosi madrasah. Dengan demikian, kehumasan madrasah tidak hanya menjadi instrumen pencitraan, tetapi sekaligus menjadi cermin nilai-nilai pendidikan Islam yang menyatu dengan tindakan nyata dan praktik manajerial yang modern.

Tujuan akhir dari penyusunan model ini adalah agar madrasah aliyah negeri, khususnya MAN 1 dan MAN 2 Tabalong, mampu memperkuat posisi strategisnya di tengah masyarakat sebagai lembaga pendidikan Islam yang kredibel, profesional, dan unggul, serta memiliki kemampuan untuk menarik minat calon peserta didik secara berkelanjutan. Lebih dari itu, model ini diharapkan dapat menjadi prototipe konseptual yang fleksibel dan dapat direplikasi oleh madrasah lain di berbagai wilayah dengan menyesuaikan konteks lokal, sumber daya, serta tantangan yang dihadapi masing-masing lembaga.

4. Dasar Hukum

Model ini disusun dengan berlandaskan berbagai kebijakan, diantara landasan kebijakannya adalah seba

- a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

- b. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- c. Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah dan PMA Nomor 66 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas PMA No. 90 Tahun 2013
- d. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 244 Tahun 2025 tentang Program Prioritas Menteri Agama Tahun 2025–2029
- e. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 64 Tahun 2025 tentang Petunjuk Teknis PPDBM
- f. Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Instansi Pemerintah
- g. Rencana Strategis Kementerian Agama RI (Renstra Kemenag) Tahun 2025–2029

5. Persyaratan

Agar model hipotetik manajemen kehumasan partisipatif berbasis nilai ini dapat diterapkan secara optimal di lingkungan Madrasah Aliyah Negeri, maka dibutuhkan sejumlah prasyarat penting yang bersifat sistemik, kontekstual, dan berkelanjutan. Persyaratan tersebut mencakup aspek kepemimpinan, sumber daya manusia, sarana pendukung, regulasi internal, dan atmosfer kultural madrasah. Tanpa pemenuhan prasyarat ini, model yang dirancang berisiko menjadi konsep ideal yang sulit diimplementasikan dalam realitas madrasah yang kompleks.

1. Dukungan Kebijakan

Dukungan kebijakan merupakan pondasi paling fundamental dalam penerapan model manajemen kehumasan madrasah aliyah. Tanpa pijakan kebijakan yang kuat dan berorientasi strategis, fungsi kehumasan hanya akan berjalan secara parsial dan tidak terintegrasi dalam sistem manajemen madrasah. Dukungan kebijakan dalam konteks ini harus dipahami secara *de jure* dan *de facto*: bukan hanya pengakuan hukum atas keberadaan fungsi kehumasan, tetapi juga

pelaksanaan konkret melalui struktur, perencanaan, penganggaran, dan pengawasan yang melembaga.

Secara *de jure*, keberadaan fungsi humas dalam sistem manajemen madrasah memperoleh legitimasi kuat dari berbagai regulasi nasional. Salah satu yang paling relevan dan strategis adalah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). UU ini menegaskan bahwa setiap badan publik, termasuk lembaga pendidikan negeri seperti madrasah aliyah, wajib menyediakan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat secara proaktif, tepat waktu, dan tidak diskriminatif. Dalam Pasal 7 ayat (1) UU KIP disebutkan bahwa “Badan Publik wajib menyediakan, memberikan, dan/atau menerbitkan Informasi Publik yang berada di bawah kewenangannya kepada Pemohon Informasi Publik, selain Informasi yang dikecualikan.”

Dalam konteks ini, fungsi kehumasan menjadi instrumen operasional utama dalam mengimplementasikan kewajiban undang-undang tersebut di satuan pendidikan. Humas bertugas mengelola komunikasi institusi, menyampaikan informasi tentang program, kebijakan, kegiatan, capaian, hingga pelayanan publik yang diselenggarakan oleh madrasah. Tanpa kehadiran tim humas yang profesional dan sistem kerja yang terstruktur, maka kewajiban madrasah dalam memenuhi UU KIP akan sulit terlaksana secara optimal. Dengan kata lain, fungsi humas adalah wujud praktis dari hak publik atas informasi dan tanggung jawab lembaga terhadap akuntabilitas publik.

Namun demikian, agar fungsi ini dapat berjalan secara efektif, maka dibutuhkan dukungan kebijakan internal di tingkat madrasah, yang mewujudkan dalam bentuk kebijakan normatif dan kebijakan operasional. Kebijakan normatif adalah pengakuan resmi akan pentingnya fungsi kehumasan sebagai bagian dari sistem manajemen madrasah, misalnya dalam bentuk pengesahan struktur organisasi

humas, penyusunan regulasi internal (SOP, kode etik humas), dan pengintegrasian fungsi humas dalam dokumen perencanaan strategis madrasah. Kebijakan operasional mencakup alokasi anggaran, pembentukan tim lintas unsur (guru, siswa, alumni), dukungan pelatihan, dan mekanisme evaluasi berkala.

Penerapan model ini mensyaratkan bahwa apa yang menjadi tugas humas (publikasi, promosi PPDB, relasi masyarakat, pelaporan informasi) harus didukung dengan kebijakan tentang bagaimana tugas itu dijalankan secara legal, terstruktur, dan terukur. Hal ini sejalan dengan amanat PMA No. 90 Tahun 2013 jo. PMA No. 66 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah, yang menegaskan perlunya manajemen madrasah berbasis mutu dan keterbukaan. KMA No. 2791 Tahun 2023 tentang Petunjuk Teknis PPDB juga menyatakan bahwa proses penerimaan peserta didik harus dilaksanakan secara objektif dan transparan dan kehumasan menjadi unsur pelaksana utama transparansi tersebut.

Dukungan kebijakan juga memiliki nilai strategis dalam menjamin keberlanjutan dan pelembagaan fungsi kehumasan. Tanpa dukungan ini, kegiatan humas hanya akan bergantung pada individu atau kelompok kecil yang memiliki kemampuan dan semangat pribadi, namun tidak memiliki legitimasi struktural. Akibatnya, kegiatan kehumasan menjadi tidak berkelanjutan, rentan stagnasi, dan tidak terdokumentasi sebagai bagian dari akuntabilitas kelembagaan. Selain itu, fungsi humas akan sulit diakui secara formal dalam alokasi anggaran madrasah, karena tidak tercantum dalam dokumen resmi seperti RKAM atau RKT.

Sebaliknya, jika dukungan kebijakan tersedia dan diperkuat, maka fungsi humas akan memperoleh posisi strategis sebagai salah satu pilar manajemen mutu madrasah. Hal ini akan menciptakan ekosistem komunikasi publik yang sehat dan bernilai, memungkinkan masyarakat untuk melihat madrasah sebagai lembaga yang terbuka, profesional,

dan dapat dipercaya. Fungsi ini tidak hanya mendukung peningkatan citra lembaga, tetapi juga memperkuat kapasitas madrasah dalam menarik minat calon peserta didik, menjalin kemitraan strategis, serta memenuhi prinsip akuntabilitas publik sebagaimana diamanatkan dalam peraturan perundang-undangan.

Dukungan kebijakan bukan sekadar prosedural, tetapi bersifat transformasional. Ia menjadi garansi legal, etis, dan manajerial agar model manajemen kehumasan partisipatif ini tidak hanya bisa diterapkan secara teknis, tetapi juga dilembagakan sebagai bagian integral dari sistem tata kelola madrasah yang modern, terbuka, dan berbasis nilai. Tanpa kebijakan, model ini kehilangan landasan legal dan sistem pendukungnya. Dengan kebijakan, model ini memiliki arah, struktur, dan daya dorong untuk mewujudkan madrasah unggul yang dicintai masyarakat dan dipercaya publik.

2. Dukungan Sumber Daya

Penerapan model ini menuntut adanya sumber daya manusia yang kompeten dan berdaya. Dalam hal ini, madrasah perlu membentuk tim humas yang tidak hanya terdiri dari guru, tetapi juga melibatkan siswa, staf TU, dan alumni yang memiliki potensi serta minat dalam bidang komunikasi, media sosial, desain, dan publikasi. Kemampuan dasar dalam menulis berita, mendesain poster, mengelola akun media sosial, serta memahami etika komunikasi publik menjadi keterampilan yang perlu dikembangkan melalui pelatihan internal maupun kolaborasi dengan pihak eksternal. Pemberdayaan SDM ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus menyentuh aspek nilai dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan informasi yang jujur, sopan, dan bermanfaat.

Selain memastikan bahwa tim kehumasan diisi oleh orang-orang yang berkompeten dan terlibat aktif, keberhasilan penerapan model manajemen kehumasan partisipatif di madrasah juga sangat bergantung pada dukungan anggaran pembiayaan yang terencana dan memadai.

Memang, humas bukan unit yang mencari keuntungan finansial, namun aktivitas mereka tidak bisa lepas dari kebutuhan operasional yang nyata. Tanpa dana, ide kreatif dan strategi komunikasi sering kali berhenti di angan-angan. Karena itu, penting bagi madrasah untuk mengalokasikan anggaran khusus dalam dokumen Rencana Kerja dan Anggaran Madrasah (RKAM), BOS, ataupun DIPA yang secara eksplisit mendukung kegiatan kehumasan. Anggaran ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari pelatihan tim, biaya produksi materi promosi, transportasi peliputan kegiatan, langganan aplikasi desain atau domain website resmi madrasah, hingga bentuk apresiasi simbolik bagi guru atau siswa yang terlibat aktif sebagai kontributor konten.

Dukungan finansial semacam ini tidak hanya menunjukkan keseriusan madrasah dalam memperkuat citranya, tetapi juga menciptakan ruang yang lebih luas bagi tim humas untuk berinovasi. Dengan dana yang jelas, mereka bisa lebih leluasa merancang program komunikasi yang kreatif, menjangkau masyarakat lebih luas, dan membangun narasi publik yang membanggakan tentang madrasah.

Di sisi lain, tak kalah pentingnya adalah ketersediaan fasilitas atau sarana fisik yang mendukung kerja tim humas. Di era digital seperti sekarang, kerja kehumasan tidak cukup hanya dengan menulis dan berbicara—mereka harus bisa memproduksi konten visual dan digital yang menarik dan profesional. Untuk itu, madrasah perlu menyediakan ruang sederhana tapi representatif sebagai ruang humas dan tempat yang nyaman untuk mengedit video, menyimpan dokumentasi, atau sekadar berdiskusi kreatif. Ruangan ini idealnya dilengkapi dengan koneksi internet yang stabil, laptop atau komputer yang memadai, printer, serta papan informasi. Selain itu, perlengkapan seperti kamera, tripod, mikrofon, pencahayaan sederhana, dan akses ke perangkat lunak desain atau editing menjadi kebutuhan harian yang tak bisa diabaikan. Perangkat digital seperti aplikasi desain grafis, platform media sosial,

dan perangkat lunak penyuntingan juga menjadi bagian penting dari ekosistem kerja humas. Oleh karena itu, madrasah perlu mengalokasikan anggaran atau menjalin kemitraan untuk pengadaan alat-alat tersebut secara bertahap karena ketika fasilitas ini tidak tersedia, sering kali tim humas harus mengandalkan alat pribadi yang terbatas dan tidak selalu sesuai dengan standar kebutuhan komunikasi publik.

Dalam konteks ini, sumber daya manusia, dana, dan fasilitas bukanlah suatu pendukung yang berdiri sendiri, tetapi saling menguatkan. Ketiganya adalah pilar yang menopang fungsi kehumasan agar benar-benar bisa berperan sebagai wajah madrasah yang jujur, komunikatif, dan membangun kepercayaan publik. Ketika ketiganya tersedia dan dikelola dengan baik, maka humas tidak hanya menjadi pelaksana dokumentasi, tetapi menjadi motor penggerak narasi positif madrasah, menghidupkan semangat kolektif warga madrasah, dan membuka akses komunikasi yang sehat dengan masyarakat luas. Dukungan sumber daya ini pada akhirnya menunjukkan bahwa madrasah serius membangun dirinya bukan hanya sebagai tempat belajar, tapi sebagai lembaga yang hadir, tumbuh, dan dipercaya oleh lingkungannya.

3. Partisipasi Aktif Elemen Madrasah

Keberhasilan penerapan model manajemen kehumasan di madrasah aliyah negeri tidak cukup hanya mengandalkan kelengkapan dokumen perencanaan, struktur organisasi yang rapi, atau teknologi yang canggih. Di balik semua itu, ada satu fondasi penting yang menjadi ruh dari keseluruhan sistem: partisipasi aktif seluruh warga madrasah. Dalam model yang mengedepankan kolaborasi dan nilai, keterlibatan semua unsur yang ada di madrasah adalah nafas yang menghidupkan fungsi kehumasan dari dalam.

Di lapangan, partisipasi ini terlihat dalam berbagai bentuk dan tahapan. Saat merancang strategi komunikasi dan menyusun narasi

publik, misalnya, suara guru dan staf TU sangat berarti. Mereka yang berada di barisan terdepan dalam kegiatan pembelajaran dan pelayanan bisa memberikan sudut pandang tentang apa saja keunggulan madrasah yang layak disampaikan ke masyarakat baik itu program unggulan, praktik keagamaan khas, maupun aktivitas siswa yang inspiratif. Kepala madrasah berperan memastikan bahwa strategi komunikasi tersebut mencerminkan visi besar lembaga, sementara komite dan alumni dapat menyumbangkan perspektif dari luar yang membantu membentuk narasi yang lebih utuh dan objektif.

Dalam keseharian, kehumasan, khususnya bidang publikasi, sangat bergantung pada aktivitas produksi dan pengelolaan konten. Di sinilah siswa dan guru menjadi tulang punggung utama. Siswa bisa terlibat aktif sebagai tim dokumentasi, pembuat konten media sosial, atau reporter mini yang belajar langsung bagaimana menyampaikan informasi dengan bijak dan kreatif. Guru pun punya peran besar: menyumbangkan tulisan ringan, membagikan refleksi pembelajaran, atau mendokumentasikan momen berharga di kelas untuk dipublikasikan. Bahkan tenaga kependidikan bisa dilibatkan dalam pengelolaan arsip digital atau menjadi admin yang membantu menjaga alur komunikasi internal madrasah. Alumni pun tak kalah penting yaitu pengalaman mereka bisa menjadi testimoni berharga yang memperkuat narasi bahwa madrasah ini adalah tempat bertumbuh yang patut dipercaya.

Dalam ranah publikasi dan penyebaran informasi, semua warga madrasah bisa berkontribusi. Ketika guru, siswa, dan alumni membagikan konten resmi madrasah melalui akun pribadi mereka, jangkauan pesan menjadi jauh lebih luas dan terasa lebih personal. Ini membentuk ekosistem komunikasi digital yang hidup dan penuh semangat kebersamaan, di mana citra madrasah bukan dibangun oleh tim khusus semata, tetapi oleh seluruh komunitasnya.

Kegiatan kemitraan dan hubungan eksternal pun menuntut keterlibatan bersama. Guru bisa menjadi jembatan yang menjalin relasi dengan sekolah lain, media lokal, atau institusi keagamaan. Kepala madrasah dan komite punya posisi strategis dalam menjalin kerja sama dengan tokoh masyarakat atau lembaga pemerintah. Siswa pun bisa tampil sebagai representasi madrasah dalam ajang lomba, kegiatan bazar, atau kegiatan promosi PPDB. Bahkan orang tua memiliki peran tersendiri: mereka bisa menjadi penyambung pesan, menyampaikan kesan positif tentang madrasah kepada calon wali murid lainnya.

Dan tentu saja, pada tahap evaluasi dan pengembangan program, partisipasi tetap dibutuhkan. Guru, siswa, hingga alumni bisa memberikan masukan terhadap strategi kehumasan yang telah dijalankan baik dalam bentuk apresiasi, kritik membangun, atau ide perbaikan. Umpan balik ini sangat penting untuk menjaga agar konten dan komunikasi publik yang dilakukan madrasah senantiasa relevan, bermakna, dan sesuai dengan nilai-nilai lembaga.

Pada akhirnya, partisipasi aktif seluruh elemen madrasah bukan sekadar membantu fungsi humas secara teknis, tetapi justru menciptakan kehidupan komunikasi yang sistematis sekaligus kekeluargaan. Kehumasan tidak lagi menjadi urusan satu dua orang, melainkan menjadi gerakan bersama. Sebuah bentuk cinta terhadap lembaga, yang diwujudkan dalam kontribusi kecil namun berharga dalam bentuk foto, kata-kata, interaksi, atau hanya sekadar membagikan unggahan. Dan dalam suasana seperti inilah, fungsi kehumasan benar-benar hidup. Ia menjadi kekuatan yang memperkuat jati diri madrasah, menjembatani hubungan dengan masyarakat, dan membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan.

4. Kultur Lembaga yang Terbuka, Komunikatif, dan Partisipatif.

Salah satu fondasi penting dalam keberhasilan implementasi model manajemen kehumasan partisipatif di madrasah aliyah negeri adalah adanya kultur organisasi yang sehat, yakni budaya kelembagaan yang

terbuka terhadap perubahan, mendorong partisipasi seluruh warga madrasah, serta memfasilitasi komunikasi yang jujur dan membangun. Budaya organisasi seperti inilah yang menjadi tanah subur tempat model kehumasan tumbuh dan berakar.

Kultur madrasah seperti ini terbentuk perlahan dari sikap pimpinan, kebiasaan kerja harian, dan nilai-nilai yang ditanamkan dalam interaksi antarwarga. Dalam konteks kehumasan, madrasah yang terbuka akan menyediakan ruang bagi siapa saja untuk menyumbangkan gagasan, terlibat dalam proses, dan merasa dihargai kontribusinya termasuk bagi guru, siswa, tenaga kependidikan, bahkan orang tua dan alumni. Keterbukaan ini menciptakan suasana bahwa membangun citra lembaga bukan hanya tanggung jawab tim humas, tetapi menjadi bagian dari tanggung jawab bersama sebagai komunitas pendidikan.

Madrasah yang partisipatif adalah madrasah yang tidak memonopoli ide dan keputusan hanya di tangan segelintir orang. Sebaliknya, ia mendorong setiap unsur lembaga untuk aktif terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program kelembagaan, termasuk program kehumasan. Guru yang menyumbang artikel, siswa yang mengelola media sosial madrasah, TU yang membantu mengarsipkan dokumentasi, atau kepala madrasah yang secara terbuka meminta masukan. Hal tersebut semuanya adalah tanda dari kultur yang partisipatif. Dalam suasana seperti ini, warga madrasah akan merasa memiliki lembaga, dan itu akan tercermin dari semangat mereka dalam menjaga nama baik serta menyuarakan pesan positif tentang madrasah kepada publik.

Komunikasi menjadi unsur kunci berikutnya. Kultur yang komunikatif tidak berarti semua orang harus pandai bicara, melainkan bahwa setiap warga madrasah merasa aman, nyaman, dan dihargai saat menyampaikan pendapat atau ide. Dalam organisasi yang komunikatif, tidak ada rasa takut dihakimi juga tidak ada dominasi satu suara. Setiap

interaksi menjadi ruang dialog yang sehat, di mana pimpinan mendengar guru, guru membuka ruang bagi siswa, dan siswa merasa dipercaya untuk berpendapat. Dalam konteks kehumasan, komunikasi internal yang kuat akan melahirkan konten-konten yang autentik, reflektif, dan menggambarkan kehidupan madrasah.

Sebaliknya, bila madrasah masih berada dalam kultur yang tertutup, birokratis, dan satu arah, maka upaya kehumasan akan cenderung mandek. Tim humas akan bekerja sendiri tanpa dukungan, informasi akan mengalir lambat, ide-ide segar akan tertahan, dan komunikasi publik madrasah menjadi kering atau bahkan stagnan. Di sinilah pentingnya transformasi budaya madrasah, bukan hanya dalam bentuk kebijakan, tetapi juga dalam pola relasi sehari-hari dari yang formal menjadi dialogis, dari yang birokratis menjadi kolaboratif, dan dari yang kaku menjadi inklusif. Kultur terbuka, partisipatif, dan komunikatif ini menjadi syarat utama agar tercipta ruang yang melibatkan semua warga madrasah untuk memperkenalkan, membela, dan membanggakan lembaganya sehingga tampil ke publik sebagai institusi yang bernilai dan dipercaya.

6. Langkah-Langkah Operasional Model

Untuk melaksanakan Model Hipotetik Manajemen Kehumasan Partisipatif Berbasis Nilai pada Madrasah Aliyah Negeri Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik ini dapat mengikuti alur sebagai berikut:

a. Perencanaan Kehumasan

Tahap perencanaan merupakan fondasi utama dari seluruh proses implementasi model kehumasan partisipatif. Perencanaan bukan hanya menentukan apa yang akan dilakukan, tetapi juga mengapa, oleh siapa, untuk siapa, dan bagaimana caranya dilakukan secara bertanggung jawab dan berdampak. Dalam konteks madrasah aliyah negeri, perencanaan kehumasan harus disusun dengan memperhatikan nilai-nilai Islam, karakteristik lembaga, kebutuhan komunikasi publik, serta

dinamika masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Di sinilah perencanaan berfungsi bukan hanya sebagai teknis manajerial, melainkan juga sebagai ruang aktualisasi nilai etis dan teleologis.

Model kehumasan yang ingin dibangun tidak boleh berjalan tanpa arah. Oleh karena itu, tahap ini mencakup empat kegiatan utama yang menentukan kerangka kerja yang terarah dan terstruktur untuk mencapai hasil yang diinginkan secara bermakna:

1) Analisis Kebutuhan Komunikasi dan Pemetaan Strategis Madrasah

Langkah awal dalam perencanaan adalah melakukan analisis kebutuhan komunikasi publik madrasah berdasarkan kekhasan, visi-misi, kekuatan internal, serta tantangan atau permasalahan kehumasan yang ada di madrasah. Proses ini bukan sekadar evaluasi teknis, tetapi mencakup pemahaman menyeluruh terhadap persepsi publik, kekuatan internal, hambatan struktural, serta potensi pengembangan citra madrasah ke depan.

Salah satu aspek krusial dari analisis ini adalah mengetahui bagaimana citra atau branding madrasah dipersepsikan oleh masyarakat. Citra madrasah tidak hanya dibentuk oleh kualitas akademik, tetapi juga oleh narasi publik, interaksi sosial, visualisasi digital, dan komunikasi lisan dari siswa, alumni, orang tua, serta media. Analisis tentang hal ini dapat dilakukan melalui:

- a) Diskusi internal dengan pimpinan, guru, TU, siswa, dan alumni;
- b) Observasi terhadap persepsi masyarakat terhadap madrasah;
- c) Kajian terhadap pola komunikasi humas sebelumnya (jika ada);
- d) Studi kecil tentang media atau kanal yang paling sering diakses publik.

Dari proses ini akan terpetakan: apa saja keunggulan madrasah yang bisa diangkat, apa tantangan citra yang perlu diatasi, siapa target audiens utama (calon peserta didik, orang tua, mitra), dan bagaimana pendekatan komunikasinya.

Integrasi nilai etis dalam proses ini mengutamakan prinsip kejujuran sangat penting. Madrasah perlu melihat dirinya secara jujur dan objektif yaitu tidak melebih-lebihkan, namun juga tidak menutupi potensi yang dimiliki. Integrasi nilai teleologis pada kegiatan pertama perencanaan ini yaitu analisis yang dilakukan pada tahap ini diarahkan untuk merancang strategi komunikasi yang memberikan manfaat nyata: memperbaiki citra, membuka akses informasi, dan mendekatkan madrasah dengan masyarakat.

2) Menetapan Tujuan Kehumasan yang Terukur

Setelah analisis dilakukan, tahap berikutnya adalah merumuskan tujuan-tujuan kehumasan secara spesifik, terukur, dan selaras dengan arah kelembagaan. Tujuan ini bisa bersifat kuantitatif (misalnya peningkatan interaksi media sosial, kenaikan jumlah pendaftar), dan juga kualitatif (peningkatan citra positif, munculnya kepercayaan dari publik). Contoh tujuan kehumasan misalnya: meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah melalui komunikasi publik yang terbuka dan edukatif, menyampaikan keunggulan program madrasah kepada calon peserta didik baru secara aktif, jujur, dan menarik, meningkatkan keterlibatan alumni dalam mendukung citra dan promosi madrasah.

Penetapan tujuan harus dilakukan dengan tanggung jawab dan kesadaran sosial. Tujuan yang disusun bukan sekadar demi pencitraan, tetapi demi menyampaikan kebenaran dan nilai yang hidup di dalam madrasah, hal ini sebagai bentuk integrasi nilai etis dalam perencanaan manajemen kehumasan di madrasah aliyah negeri. Selain itu tujuan harus memiliki orientasi kebermanfaatan. Komunikasi humas bukan semata ingin "viral" atau "ramai", tetapi berdampak secara pendidikan, sosial, dan spiritual. Hal ini merupakan bentuk integrasi nilai teleologis dalam manajemen kehumasan.

3) Penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Kehumasan

Setelah tahapan analisis kebutuhan dan permasalahan kehumasan dilakukan dengan melibatkan berbagai unsur warga madrasah (guru, siswa, staf TU, alumni, dan masyarakat sekitar), maka proses penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Kehumasan (RKHT) dilakukan secara lebih fokus dan terbatas hanya oleh Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah (khususnya bidang humas/keasiswaan), dan Tim Humas Madrasah.

Langkah ini mencerminkan efisiensi dan kesesuaian struktur, di mana perencanaan strategis adalah tanggung jawab pimpinan dan pelaksana teknis utama, bukan seluruh warga madrasah. Adapun hasil perencanaan akan menjadi acuan kerja formal yang disahkan melalui kepala madrasah dan diintegrasikan ke dalam dokumen kelembagaan. Rencana kerja ini menjadi alat bantu koordinasi dan akuntabilitas, sekaligus memberi arah yang jelas bagi tim humas dalam bekerja. Rencana kerja perlu disusun fleksibel dan dievaluasi berkala agar bisa menyesuaikan dengan dinamika madrasah.

Sebagai bentuk integrasi nilai etis dan teleologis pada tahapan ini harus dipastikan oleh pimpinan bahwa pelaksanaan rencana harus dilakukan dengan disiplin dan tanggung jawab. Tidak boleh ada pelanggaran terhadap privasi, etika, atau aturan hukum saat mempublikasikan konten. Juga harus ada arahan bahwa setiap kegiatan harus kembali pada pertanyaan sederhana namun mendalam: *"Apa manfaat konten atau kegiatan ini bagi publik dan madrasah?"*.

Dalam penyusunan rencana kerja dan anggaran ini juga perlu disusun strategi promosi dan narasi publik yang relevan yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga merefleksikan identitas dan nilai-nilai madrasah. Strategi ini mencakup a) penentuan platform komunikasi: media sosial, website, brosur, event offline/online, b) penentuan pesan kunci dan narasi: konten promosi harus mengangkat nilai-nilai keislaman, keunggulan program, dan

pengalaman nyata siswa/guru, c) segmentasi audiens dan pendekatan personalisasi: misalnya konten untuk orang tua, siswa SMP/MTs, masyarakat umum, atau alumni.

4) Penyusunan Rencana dan Instrumen Monitoring-Evaluasi Kehumasan

Monitoring dan evaluasi merupakan aspek integral dalam proses manajemen yang memastikan bahwa seluruh kegiatan kehumasan tidak hanya berjalan sesuai rencana, tetapi juga menghasilkan dampak yang terukur dan bernilai. Dalam model pengelolaan kehumasan partisipatif, penyusunan rencana dan instrumen monitoring–evaluasi dilakukan secara sistematis dan proporsional oleh tim inti madrasah (Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah bidang humas/kesiswaan, dan Tim Humas).

Monitoring dan evaluasi ini berfungsi sebagai alat navigasi untuk mengetahui apakah strategi komunikasi publik madrasah benar-benar menjangkau target, membentuk persepsi positif, dan berkontribusi terhadap meningkatnya minat calon peserta didik baru. Evaluasi juga menjadi sarana introspeksi untuk mengidentifikasi kelemahan, menyempurnakan strategi, dan membangun sistem kerja yang adaptif.

Tahap perencanaan dalam model manajemen kehumasan partisipatif merupakan langkah strategis dan visioner yang akan menentukan arah, cakupan, dan kualitas seluruh proses kehumasan di madrasah. Perencanaan berfungsi sebagai kompas yang menuntun seluruh kegiatan humas agar tidak berjalan secara insidental, melainkan secara terstruktur, terukur, dan bernilai. Oleh karena itu, penyusunan perencanaan dalam model ini memiliki sejumlah tujuan yang bersifat menyeluruh, kontekstual, dan berorientasi masa depan, yaitu:

- a) Membangun landasan berpikir dan bertindak yang sistematis dalam pengelolaan kehumasan. Dengan adanya perencanaan, setiap anggota tim humas memiliki pemahaman yang sama tentang

visi lembaga, sasaran komunikasi, dan cara terbaik untuk menyampaikan pesan publik yang mencerminkan jati diri madrasah. Ini penting agar kegiatan humas tidak hanya fokus pada aspek teknis, seperti publikasi konten, tetapi juga menyatu dengan tujuan besar lembaga pendidikan Islam, yaitu menyampaikan nilai, membangun kepercayaan, dan menarik simpati masyarakat secara jujur dan bermartabat.

- b) Memastikan bahwa strategi komunikasi madrasah selaras dengan nilai-nilai keislaman dan kebutuhan masyarakat. Perencanaan menjadi sarana untuk menyusun strategi promosi yang tidak hanya efektif dari sisi teknis, tetapi juga sensitif terhadap nilai-nilai etika, kejujuran, dan kebermanfaatan. Dalam hal ini, perencanaan menjadi ruang untuk menyaring pesan, memilih platform, dan menetapkan gaya komunikasi yang menggambarkan karakter madrasah sebagai lembaga yang religius, profesional, dan inklusif.
- c) Mengoptimalkan sumber daya yang tersedia secara efisien dan partisipatif. Perencanaan memungkinkan setiap unsur yang terdiri dari guru, siswa, TU, bahkan alumni agar terlibat dalam menentukan arah komunikasi lembaga. Dengan demikian, perencanaan bukan hanya menyusun kegiatan, tetapi juga menjadi wadah kolaboratif yang memberdayakan warga madrasah untuk turut aktif dalam membangun citra lembaganya sendiri.
- d) Menyusun indikator keberhasilan dan tolok ukur yang jelas bagi kegiatan kehumasan. Melalui perencanaan yang matang, tim humas dapat menetapkan target yang realistis, misalnya jumlah konten yang diproduksi, platform yang digunakan, frekuensi publikasi, jumlah pendaftar yang dihasilkan dari promosi, serta persepsi masyarakat terhadap madrasah. Dengan indikator ini, proses evaluasi dan pengendalian menjadi lebih terarah dan dapat dipertanggungjawabkan.

- e) Mengarahkan seluruh aktivitas kehumasan kepada tujuan utama lembaga: peningkatan kepercayaan publik dan minat calon peserta didik baru, tujuan terakhir inilah yang esensial dalam tujuan manajemen kehumasan. Dalam konteks ini, perencanaan bertujuan memastikan bahwa setiap langkah, program, dan pesan yang dibangun dalam kerja kehumasan benar-benar menjawab pertanyaan mendasar seperti bagaimana madrasah ini dikenal, dipercaya, dan dipilih oleh masyarakat sebagai tempat terbaik bagi putra-putrinya belajar.

Dengan demikian, perencanaan dalam model ini bukan sekadar menyusun apa yang akan dilakukan, tetapi merupakan upaya membangun jembatan antara nilai dan tindakan, antara identitas madrasah dan persepsi publik, antara strategi komunikasi dan dampak sosial. Di sinilah perencanaan memiliki peran yang sangat penting sebagai pangkal atau awal keberhasilan sekaligus penentu arah agar seluruh proses manajemen kehumasan berjalan secara bermakna, bernilai, dan berkelanjutan.

b. Pengorganisasian Kehumasan

Setelah perencanaan yang matang dan bernilai disusun, tahap selanjutnya yang sangat menentukan efektivitas implementasi model ini adalah proses pengorganisasian. Dalam konteks manajemen kehumasan madrasah, pengorganisasian tidak hanya dimaknai sebagai pembentukan struktur formal, tetapi juga sebagai penataan peran, relasi, dan mekanisme kerja yang menjamin semua unsur madrasah dapat terlibat secara adil, fungsional, dan produktif dalam kegiatan komunikasi publik lembaga.

Tujuan dari tahap ini adalah menciptakan struktur pelaksana humas yang partisipatif dan profesional, namun tetap selaras dengan semangat pendidikan Islam yaitu mengembangkan potensi manusia, menjunjung nilai-nilai moral, dan mendorong kebermanfaatan jangka

panjang. Oleh karena itu, proses pengorganisasian dalam model ini dilakukan melalui beberapa langkah konkret berikut:

1) Pembentukan Tim Kehumasan Madrasah melalui SK Resmi

Langkah pertama dalam pengorganisasian adalah membentuk Tim Humas Madrasah secara legal dan formal melalui Surat Keputusan (SK) Kepala Madrasah. SK ini menjadi dasar hukum dan bentuk pengakuan resmi bahwa kehumasan adalah fungsi strategis yang mendapat tempat dalam struktur organisasi madrasah. Yang membedakan model ini adalah sifatnya yang partisipatif dan lintas unsur, yakni melibatkan berbagai unsur yang ada di madrasah yaitu: a) Guru sebagai pengarah strategi dan pembina konten; b) Siswa sebagai pelaksana kreatif, jurnalis muda, atau pengelola media; c) Tenaga kependidikan (TU) sebagai pengelola administrasi konten dan dokumentasi; d) Alumni sebagai duta narasi positif, narasumber testimoni, atau mitra relasi eksternal. Dengan struktur yang kolaboratif ini, fungsi kehumasan tidak terisolasi, melainkan menyatu dalam dinamika kehidupan madrasah.

2) Penjabaran Peran dan Tugas Tim Secara Adil dan Fungsional

Setelah tim terbentuk, langkah selanjutnya adalah melakukan penjabaran peran dan tugas secara jelas dan terstruktur. Setiap anggota tim perlu mengetahui hal-hal penting yang meliputi apa saja tugas pokoknya (misal: dokumentasi, editing, publikasi konten, admin media sosial, komunikasi eksternal), kepada siapa ia bertanggung jawab, bagaimana alur kerja dan koordinasi antaranggota berlangsung, dan penetapan standar kerja (misalnya etika konten, waktu publikasi, gaya bahasa, dan kualitas visual).

Penjabaran tugas ini tidak boleh asal tunjuk atau hanya berdasarkan kedekatan pribadi. Harus ada pendekatan yang berbasis pada minat, potensi, pengalaman, dan kemauan belajar dari masing-masing individu. Ini selaras dengan nilai etis keadilan,

di mana setiap anggota tim diberikan ruang yang proporsional dan bermakna, tanpa ada dominasi satu kelompok atau pengecualian terhadap pihak lain.

3) Penyusunan SOP dan Alur Komunikasi Internal Kehumasan

Agar koordinasi berjalan lancar, maka diperlukan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang menjadi panduan kerja tim humas. SOP ini mencakup: a) Mekanisme pengumpulan dan pengiriman dokumentasi, b) Tahapan editing dan persetujuan konten sebelum tayang, c) Alur komunikasi antaranggota dan antarunit madrasah, d) Prosedur respon terhadap komentar publik atau media, Mekanisme pelaporan kegiatan humas secara berkala kepada kepala madrasah.

Penyusunan SOP ini tidak bersifat top-down, melainkan hasil kesepakatan internal yang melibatkan semua pihak dalam tim. SOP ini tidak hanya mengatur tata kerja, tetapi juga menjadi alat pendidikan kedisiplinan, tanggung jawab, dan keterbukaan dalam tim. Ia menjadi cermin dari nilai etis: kejelasan peran dan akuntabilitas.

4) Pelibatan Siswa dalam Tim Humas Pelajar

Salah satu aspek paling khas dan kuat dari model ini adalah adanya tim humas pelajar sebuah ruang belajar nyata di mana siswa dilibatkan secara aktif sebagai pelaksana dan pengembang kegiatan kehumasan. Pelibatan ini bertujuan untuk:

- a) Meningkatkan literasi digital dan kemampuan komunikasi publik siswa,
- b) Menanamkan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan etika dalam menyampaikan informasi;
- c) Menumbuhkan rasa memiliki terhadap madrasah melalui karya nyata dan kontribusi sosial;
- d) Mengembangkan soft skills seperti kerja tim, manajemen waktu, dan kemampuan beradaptasi.

Pelibatan siswa ini harus didampingi oleh guru pembina, yang tidak sekadar mengawasi, tetapi membimbing, memberi teladan, dan menjadi teman diskusi bagi siswa. Integrasi nilai teleologis terlihat dalam bentuk penugasan dalam tim bukan hanya untuk menyelesaikan pekerjaan, tetapi sebagai proses mendidik siswa menjadi insan yang bermanfaat dan bertumbuh secara nilai. Dalam proses pengorganisasian ini, nilai etis menjadi landasan dalam membangun sistem kerja yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Setiap anggota tim harus merasa dihargai dan diberi ruang yang proporsional. Tidak boleh ada subordinasi yang merendahkan atau pelabelan yang membatasi kontribusi.

Sementara itu, nilai teleologis memastikan bahwa setiap struktur, pembagian tugas, dan interaksi dalam tim diarahkan untuk menghasilkan dampak jangka panjang dan kebermanfaatan nyata, baik bagi pribadi anggota tim maupun bagi lembaga. Tim humas bukan hanya bekerja untuk promosi, tetapi menjadi wadah pendidikan karakter, pengembangan potensi, dan aktualisasi nilai-nilai Islam dalam konteks komunikasi publik modern.

Dengan pengorganisasian yang dilandasi semangat kolaborasi, etika, dan orientasi manfaat, model manajemen kehumasan madrasah tidak hanya akan berjalan secara fungsional, tetapi juga akan membentuk ekosistem kerja yang sehat, adil, dan mendidik. Organisasi bukan sekadar struktur, melainkan ruang bertumbuh bagi nilai, rasa tanggung jawab, dan cinta terhadap madrasah yang hidup dalam setiap anggotanya.

c. Pelaksanaan Kehumasan

Tahap pelaksanaan merupakan momen transformatif dalam siklus manajemen kehumasan, di mana seluruh rencana strategis diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata dan sistematis. Pelaksanaan tidak hanya sebatas eksekusi teknis, tetapi merupakan proses menghidupkan visi madrasah melalui aktivitas komunikasi publik yang konsisten,

partisipatif, dan bernilai. Dalam konteks MAN, pelaksanaan kehumasan diarahkan untuk membentuk citra yang kuat, menarik, dan terpercaya di mata masyarakat. Melaksanaan dalam model ini meliputi kegiatan sebagai berikut:

1) Komunikasi Internal dan Eksternal yang Konsisten

Komunikasi internal dan eksternal menjadi fondasi utama dalam pelaksanaan humas yang efektif. Komunikasi internal dijalankan melalui forum koordinasi rutin antarunit, grup komunikasi digital antarpegawai dan siswa, serta sistem penyampaian informasi yang transparan dan suportif. Tujuannya adalah menciptakan kesamaan pemahaman dan semangat kolektif untuk membangun citra madrasah.

Sementara itu, komunikasi eksternal dilaksanakan melalui kanal resmi madrasah seperti media sosial, website, serta kegiatan tatap muka seperti seminar atau open house. Pesan yang disampaikan kepada publik disusun selaras dengan kondisi internal dan nilai-nilai yang dipegang madrasah, sehingga terbangun kredibilitas dan kepercayaan publik. Komunikasi dijalankan dengan mengedepankan prinsip teologis (kejujuran, amanah), etis (transparansi, tanggung jawab), dan logis (konsistensi narasi dan data).

2) Pengelolaan Media Informasi dan Publikasi

Tim humas madrasah perlu mengelola berbagai media informasi dan publikasi secara profesional. Strategi publikasi mencakup pembuatan konten visual dan naratif yang mencerminkan nilai-nilai madrasah, seperti video profil, infografis prestasi, artikel kegiatan, dan testimoni siswa atau alumni.

Media yang digunakan meliputi media cetak (brosur, leaflet), media digital (Instagram, YouTube, TikTok, website), serta media interaktif (webinar, live streaming). Setiap konten yang diproduksi harus memiliki nilai estetik yang tinggi, disampaikan dengan

bahasa yang humanis, dan disesuaikan dengan audiens sasaran. Tujuan utamanya adalah membentuk persepsi positif masyarakat terhadap madrasah sebagai institusi pendidikan Islam yang unggul, terbuka, dan inspiratif.

3) Pelaksanaan Event Kehumasan

Pelaksanaan event kehumasan menjadi instrumen penting untuk mendekatkan madrasah kepada masyarakat dan memperkuat keterlibatan publik. Kegiatan yang dirancang dapat mencakup *open house*, lomba konten pelajar, *parent gathering*, *market day*, atau *talkshow* alumni inspiratif. Setiap event dirancang tidak hanya untuk promosi, tetapi juga sebagai wahana edukatif, rekreatif, dan spiritual bagi calon peserta didik dan orang tua.

Event-event ini harus dikembangkan berdasarkan prinsip nilai teleologis yaitu bahwa setiap kegiatan memiliki tujuan akhir yang berdampak nyata bagi peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Pelaksanaan event juga menjadi ajang membangun relasi emosional yang hangat, bersahabat, dan bermakna antara madrasah dan masyarakat.

4) Penanganan Krisis dan Manajemen Isu

Dalam pelaksanaannya, fungsi humas harus siap merespons krisis atau isu yang berpotensi mengganggu citra madrasah. Oleh karena itu, model manajemen kehumasan ini mencakup pembentukan sistem monitoring isu dan protokol komunikasi krisis. Hal ini meliputi identifikasi dini isu-isu sensitif, kesiapan tim humas dalam membuat klarifikasi, serta kemampuan menjaga komunikasi yang tenang, jujur, dan proporsional kepada publik.

Strategi ini berlandaskan pada prinsip nilai logis dan etis, di mana respons terhadap krisis harus didasarkan pada data yang valid dan disampaikan secara jujur dan bertanggung jawab. Penanganan krisis yang efektif bukan hanya meredam isu, tetapi juga

membangun kepercayaan jangka panjang dan menunjukkan integritas madrasah di hadapan publik.

5) Pembinaan Hubungan dengan Stakeholder

Pelaksanaan manajemen kehumasan juga mencakup pembinaan hubungan yang terstruktur dengan berbagai pemangku kepentingan. Stakeholder yang dimaksud mencakup orang tua siswa, alumni, tokoh masyarakat, lembaga pemerintah, media lokal, serta lembaga pendidikan lainnya. Strategi hubungan eksternal ini dilakukan melalui komunikasi intensif, kolaborasi program, serta keterlibatan mereka dalam kegiatan-kegiatan madrasah.

Madrasah dapat membentuk forum komunikasi stakeholder, mengadakan audiensi rutin, serta mengikutsertakan stakeholder dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Pendekatan ini bertumpu pada nilai-nilai sosial dan teologis seperti silaturahmi, tolong-menolong, dan kebermanfaatan bersama. Dengan menjalin hubungan yang kuat dan berkelanjutan, madrasah akan memperoleh dukungan, kepercayaan, dan reputasi positif yang berpengaruh langsung terhadap peningkatan jumlah pendaftar.

Pelaksanaan yang dirancang dan dijalankan dengan mengintegrasikan enam sistem nilai Ahmad Sanusi yang mencakup nilai teologis, etis, estetis, logis, fisik-fisiologis, dan teleologis akan menempatkan fungsi kehumasan bukan sekadar alat promosi, tetapi sebagai jembatan spiritual, moral, dan sosial antara madrasah dengan masyarakat.

d. Pengendalian Kehumasan

Tahap pengendalian merupakan fungsi akhir dalam siklus manajemen kehumasan yang bertujuan untuk memastikan bahwa pelaksanaan program berjalan selaras dengan tujuan, indikator keberhasilan, dan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam konteks Madrasah Aliyah Negeri, pengendalian tidak sekadar bersifat

evaluatif, tetapi juga bersifat edukatif, korektif, dan transformatif. Tahap ini mencakup kegiatan berikut:

1. Pengukuran Kinerja Aktual

Langkah awal dalam pengendalian adalah mengukur kinerja aktual dari pelaksanaan kegiatan kehumasan. Pengukuran ini mencakup aspek kuantitatif maupun kualitatif, seperti jumlah konten publikasi yang dihasilkan, keterlibatan publik di media sosial, partisipasi dalam event humas, serta kecepatan respon terhadap pertanyaan publik. Instrumen pengukuran dapat berupa log kegiatan, rekaman laporan mingguan/bulanan, hasil observasi, serta umpan balik dari warga madrasah maupun masyarakat umum.

Dalam tahap ini, pendekatan berbasis data sangat penting agar evaluasi tidak bersifat subjektif. Indikator yang digunakan harus selaras dengan perencanaan, seperti jumlah publikasi dalam periode tertentu, tingkat engagement akun media sosial madrasah, peningkatan pendaftar baru, dan jumlah liputan eksternal oleh media lokal. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *nilai logis-rasional* dalam sistem nilai Ahmad Sanusi, yaitu bahwa pengambilan keputusan manajerial harus berdasarkan informasi faktual, relevan, dan terstruktur.

2. Membandingkan Kinerja Aktual dengan Standard

Setelah data kinerja aktual dikumpulkan, tahap berikutnya adalah membandingkannya dengan standar atau target yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Standar tersebut bisa berupa target capaian kuantitatif (misalnya minimal publikasi per bulan), standar kualitas (konten minimal memuat narasi persuasif dan visual estetik), maupun jadwal pelaksanaan kegiatan (seperti timeline promosi PPDB).

Proses pembandingan ini berfungsi untuk mengidentifikasi adanya kesenjangan atau deviasi antara capaian dan harapan. Jika kinerja aktual sesuai atau melampaui standar, maka program dinilai

berjalan efektif. Namun jika terdapat deviasi, maka harus dilakukan analisis mendalam terhadap akar masalahnya. Proses ini merupakan penerapan prinsip *nilai etis*, yaitu pentingnya objektivitas, keadilan, dan keterbukaan dalam menilai kinerja institusi.

3. Melakukan Tindakan Korektif

Langkah terakhir dari fungsi pengendalian adalah mengambil tindakan korektif terhadap penyimpangan atau kelemahan yang ditemukan. Tindakan korektif dilakukan bukan hanya untuk memperbaiki kinerja ke depan, tetapi juga sebagai proses belajar dan peningkatan kualitas kelembagaan. Tindakan ini bisa berupa pelatihan ulang anggota tim humas, revisi strategi komunikasi, penggantian platform media yang kurang efektif, atau perubahan sistem kerja tim.

Tindakan korektif dilakukan secara dialogis dan kolaboratif, melibatkan semua unsur terkait untuk merumuskan solusi yang adaptif dan berkelanjutan. Dengan semangat nilai teleologis, setiap tindakan perbaikan diarahkan untuk mencapai dampak jangka panjang: reputasi madrasah yang meningkat, kepercayaan masyarakat yang menguat, dan minat peserta didik baru yang terus bertumbuh.

Melalui tiga tahapan pengendalian ini fungsi kehumasan akan dapat berjalan efektif dan terus berkembang melalui mekanisme evaluasi yang sistematis dan reflektif. Tahapan ini memperlihatkan bahwa pengendalian bukan sekadar alat kontrol, tetapi merupakan ruang pembelajaran dan penguatan nilai-nilai luhur dalam pengelolaan komunikasi publik madrasah. Di sinilah integrasi antara manajemen modern dan sistem nilai pendidikan Islam menemukan titik temu yang ideal.

7. Kebaruan (*Novelty*)

Model Hipotetik Manajemen Kehumasan Partisipatif Berbasis Nilai pada Madrasah Aliyah Negeri Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik menawarkan sebuah model manajemen kehumasan yang baru, terstruktur, dan bernilai transformatif bagi madrasah aliyah negeri. Model hipotetik yang disusun tidak hanya mengadopsi kerangka POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) secara sistematis, tetapi juga mengintegrasikan dua pendekatan penting yang menjadikannya unik dibandingkan model-model sebelumnya, yaitu:

1. Integrasi Nilai-Nilai Filosofis dan Sistem Nilai Ahmad Sanusi

Model ini merupakan model manajemen kehumasan pertama yang menggabungkan pendekatan manajerial modern dengan sistem nilai pendidikan Islam yang menyeluruh, yaitu nilai teologis, etis, estetis, logis-rasional, fisiologis, dan teleologis. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi ornamen filosofis, tetapi diimplementasikan secara nyata dalam setiap tahapan: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian. Nilai etis dan teleologis menjadi landasan dalam perencanaan kehumasan yang jujur, berorientasi manfaat, dan bebas dari manipulasi. Nilai estetis memandu desain konten promosi agar lebih menarik dan profesional. Nilai logis mendasari pengukuran kinerja kehumasan yang berbasis indikator dan data objektif.

2. Pendekatan Partisipatif dan Kolaboratif dalam Kehumasan

Model ini memposisikan fungsi kehumasan bukan hanya sebagai tugas struktural, tetapi sebagai fungsi kolektif madrasah, di mana para guru, siswa, alumni, staf, dan orang tua dilibatkan dalam narasi, publikasi, dan relasi masyarakat. Pendekatan ini merupakan inovasi karena model ini mengedepankan keterlibatan seluruh komunitas madrasah dalam membangun citra lembaga, mendorong pengelolaan kehumasan yang lebih inklusif dan berkelanjutan, dan menciptakan iklim sekolah komunikatif, terbuka, dan responsif terhadap dinamika masyarakat.

3. Pengembangan Model Berbasis Konteks Lembaga Pendidikan Islam

Berbeda dari model PR konvensional yang dikembangkan dalam konteks korporat atau sekolah umum, model ini disusun secara kontekstual dalam lingkungan Madrasah Aliyah Negeri yang memiliki ciri keagamaan, nilai spiritual, dan tantangan citra lembaga Islam. Model ini dirancang agar manajemen kehumasan sesuai dengan karakteristik madrasah, regulasi Kementerian Agama, dan kebutuhan komunikasi publik serta mampu menjawab stereotip publik terhadap madrasah melalui narasi yang jujur, terbuka, dan menginspirasi.

8. Uji Kelayakan Model

Model hipotetik ini sudah menempuh uji kelayakan berupa:

a. FGD

Diskusi tentang model ini dilaksanakan dengan mengundang beberapa pejabat struktural kantor kementerian agama kab. Tabalong, pengawas madrasah, dan wakil kepala madrasah bidang humas, koordinator dan tim humas madrasah di MAN 1 dan MAN 2 Tabalong yang menjadi lokus dari penelitian ini.

b. Seminar Model

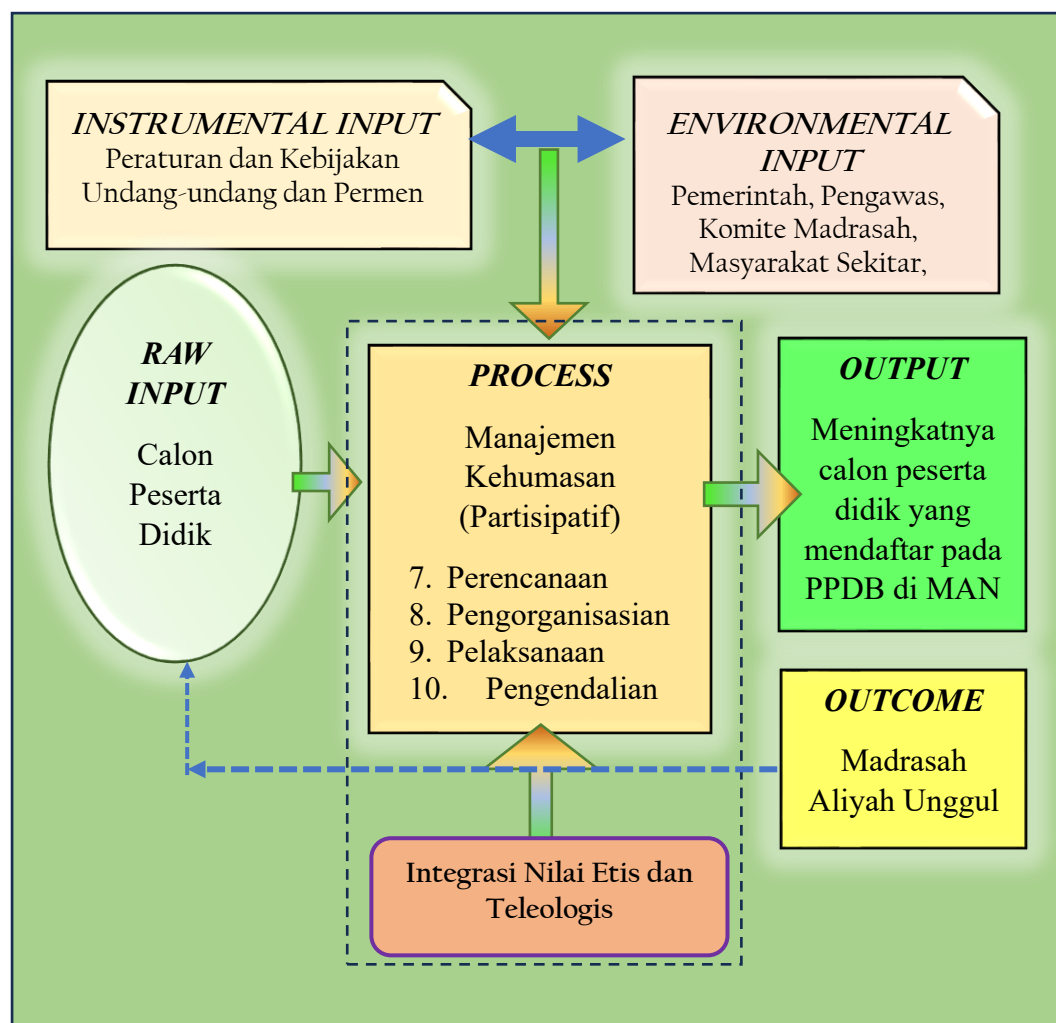
Seminar model ini dilaksanakan pada forum kehumasan yang diikuti oleh humas kantor kementerian agama kabupaten tabalong, para wakil kepala madrasah bidang humas dan tim humas di madrasah aliyah di lingkungan kementerian agama kabupaten Tabalong yang terlaksana pada bulan Juni 2025.

c. Uji Pakar

Uji kelayakan model hipotetik ini juga telah dilakukan dengan diskusi dengan para akademisi manajemen pendidikan Islam di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Syakh Muhammad Nafis Tabalong dan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) di Kabupaten Tabalong. Pengawas MAN pada kantor kementerian agama kabupaten Tabalong mengenal baik model ini dan memahami bahwa model ini sangat bisa diterapkan di madrasah aliyah negeri.

9. Visualisasi Model

Pengembangan konsep Model Hipotetik Manajemen Kehumasan Partisipatif Berbasis Nilai pada Madrasah Aliyah Negeri Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik divisualisasikan dalam bagan berikut:



Gambar 6.
Visualisasi Model konsep Model Hipotetik Manajemen Kehumasan
Partisipatif Berbasis Nilai pada Madrasah Aliyah Negeri
Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik

10. Penjelasan Gambar

Gambar 6 menampilkan visualisasi Model Hipotetik Manajemen Kehumasan Partisipatif Berbasis Nilai yang dikembangkan sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri. Model ini dirancang secara komprehensif dengan mempertimbangkan keterpaduan antara sumber daya internal, dukungan lingkungan eksternal, serta landasan nilai yang kokoh.

Model dimulai dari raw input, yaitu minat calon peserta didik yang menjadi fokus dan titik tolak perencanaan kehumasan. Minat ini dipengaruhi oleh persepsi masyarakat, informasi publik yang tersedia, serta citra lembaga yang terbentuk yang dapat ditingkatkan melalui proses manajemen kehumasan. Keberadaan instrumental input berupa peraturan perundang-undangan, kebijakan Kementerian Agama, dan pedoman teknis madrasah memastikan setiap langkah strategi kehumasan berjalan sesuai kerangka hukum dan standar nasional pendidikan.

Selanjutnya, environmental input menggambarkan ekosistem pendukung yang meliputi pemerintah, pengawas madrasah, komite madrasah, masyarakat sekitar, dan *stakeholder* lainnya. Input lingkungan ini berperan tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam memperluas jangkauan pesan, memperkuat legitimasi publik, dan meningkatkan kredibilitas madrasah di mata masyarakat.

Inti dari model ini adalah proses manajemen kehumasan partisipatif yang mengintegrasikan empat fungsi utama manajemen dalam pola kerja kolaboratif. Proses ini tidak sekadar memobilisasi tim humas formal, melainkan juga mengaktivasi peran guru, siswa, alumni, dan orang tua sebagai brand ambassador madrasah. Keunikan model terletak pada integrasi nilai etis dan teleologis di dalam seluruh tahapan proses. Nilai etis memastikan kejujuran, keadilan, transparansi, dan kepatuhan terhadap norma, sedangkan nilai teleologis mengarahkan seluruh upaya pada tujuan kebermanfaatan jangka panjang, tidak semata mengejar kuantitas pendaftar tetapi juga kualitas hubungan dan reputasi lembaga.

Implementasi proses ini diharapkan menghasilkan output yang terukur, yaitu meningkatnya minat mendaftar calon peserta didik pada PPDB MAN. Keberhasilan output menjadi indikator efektivitas strategi yang selanjutnya diharapkan berkontribusi pada outcome jangka panjang berupa terwujudnya madrasah aliyah yang unggul—secara akademik, keagamaan, maupun pengelolaan hubungan publik.

Visualisasi model ini juga menegaskan bahwa keberhasilan manajemen kehumasan madrasah bukan hanya hasil dari strategi promosi semata, tetapi merupakan sinergi antara regulasi yang jelas, dukungan lingkungan yang kuat, proses manajerial yang partisipatif, dan landasan nilai yang terinternalisasi. Pendekatan ini membedakan model ini dari praktik kehumasan pendidikan Islam yang selama ini cenderung terfragmentasi, reaktif, dan belum mengintegrasikan dimensi nilai secara utuh dalam strategi manajerialnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2013), *Manajemen Pemasaran*, Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Alhasbi F. et al (2023) *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Surakarta: Tahta Media Group
- Armstrong & Taylor (2014) *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* 13th Edition, British Library Cataloguing-in-Publication Data
- Austin, Erica W, Bruce E. Pinkleton, (2008) *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs*, New Jersey: Taylor & Francis e-Library
- Baines P., Egan J., dan Jefkin F (2004) *Public Relations, Contemporary Issues and Techniques*, Elsevier, London, UK
- Butterick, K., (2011) *Introducing Public Relations: Theory and Practice*, California: Sage Publication
- Carlsmith & Railsback (2001), *The Power of Public Relations in Schools*, Northwest Regional Educational Laboratory
- Cornelissen, J., (2004) *Corporate Communication – Theory and Practice*, Sage Publication, London.
- Cresswell & Cresswell (2018), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* Fifth Edition, Sage Publication, Los Angeles, California, USA
- Cresswell & Poth (2018), *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* Fourth Edition, SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Cresswell, J. W., *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, 4th Ed, Pearson-Massachusetts.
- Cutlip et all (2013) *Cutlip and Center's Effective Public Relations* Eleventh Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA
- Dakir, (2018) *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*, Yogyakarta: K-Media
- Daryanto (2013), *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, Rineka Cipta, Jakarta
- Ginting, N. H. (2011), *Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya, Bandung
- Grunig, J. E, Hunt, T, (1984) *Managing Public Relations*, CBS College Publishing, New York

- Gunawan, I. , (2013) *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik*, Bumi Aksara, Jakarta
- Hadi, S. (1997) *Metodologi Research*, Yogyakarta: ANDI, cet . XXIX.
- Hairunnisa, (2015) *Public Relations*, Sidoarjo: Graha Ilmu
- Haryanto, R. dan Sylvia, R. (2012) *Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan*. Jakarta State Polytechnic.
- Heath, R. L. (2001) *Handbook of Public Relation*, Sage Publication Inc, United Kingdom.
- Hikmat (2009), *Manajemen Pendidikan*, Pustaka Setia, Bandung
- Hurlock E. (2016), *Child Development*, Japan: Mc. Graw Hill
- Iriantara, Y. (2013), *Manajemen Humas Sekolah*, Simbios Rekatama Media, Bandung
- Iriantara, Y. (2003), *Manajemen Strategis Public Relations*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Juhji, et all, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, Widina Bhakti Persada, Edisi 1, Bandung, 2020.
- Khan, M.W. (2000) *Muhammad A Prophet for All Humanity*, Translated by Khanam, F., Goodward Books, New Delhi.
- Kotler, P. & Keller, K.L., (2012) *Marketing Management*, Prentice Hall, Boston.
- Kowalski (2011) *Public Relations in Schools*, Pearson, Educational Leadership Faculty Publications, http://ecommons.udayton.edu/eda_fac_pub/49
- Lattimore, D., et all, (2011), *Public Relations: The Profession and the Practice 4th Edition*, McGraw Hill Companies Inc., United States
- Mathis, RL dan Jackson JH, *Human Resources Management 12th Edition*, South-Western Cengage Learning.
- Miles, M. B. dan Huberman, M. (2009) *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J., (2011) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moore et all (2014) *The School and Community Relations*, New International Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA
- Morissan (2020), *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*, Kencana Pranamedia Group, Jakarta
- Mukarom, Z. & Laksana M. W. (2019), *Manajemen Public Relations: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*, Pustaka Setia, Bandung.

- Mulyana AZ. (2012) *Reformation Marketing Sekolah, Cara Cerdas “Membesarkan Sekolah”*, Surabaya: Bening Pustaka.
- Mulyasa E., (2007), *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Musi, S dkk, (2022) *Penulisan Kreatif Public Relationa*, Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Patilima, H. (2007) *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Rachmaniah, A, F.A Dharma, DB Utomo (2021) *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*, Sidoarjo: UMSIDA Press
- Rahmat, A, (2016) *Manajemen Humas Sekolah*, Yogyakarta, Media Akademi
- Regeester, M. & Larkin, J. (2006) *Risk Issues and CrisisManagement in Public Relations 4th Edition*, Kogan Page CIPR, Philadelphia
- Robbins & Coulter (2012) *Management*, Eleventh Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA
- Robbins & Judge (2024) *Organizational Behavior*, 19th Edition, Global Edition, Pearson Education Ltd, United Kingdom.
- Rohiat (2010), *Manajemen Sekolah: Teori Dasar dan Praktik*, Refika Aditama, Bandung
- Rohman, Abd. (2017) *Dasar-dasar Manajemen*, Malang: Intelegensia Media
- Ruler, Bv & Vercic, A.T. (2008) *Public Relation Metric – Research and Evaluation*, Routledge Taylor and Francis Group, New York.
- Ruslan, R. (2010) *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Rajawali Press, Jakarta
- Sabardi, A. (1997), *Pengantar Manajemen*, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Seitel, F (2017), *The Practice of Public Relations* Thirteenth Edition, Pearson Education Ltd, United Kingdom
- Sidiq, U. "Manajemen Madrasah." Ponorogo, CV. Nata Karya (2018).
- Sinduwiatmo, K. (2018) *Manajemen Publik Relasi: Buku Ajar*, Sidoarjo UMSIDA Press
- Sitepu, E.S. (2011) *Professional Public Relations*, Medan: USU Press
- Smith, R.D (2013), *Strategic Planning for Public Relations* fifth edition, Taylor and Francis Group, New York and London
- Sugiyono. (2013) *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, 2018 *Pengantar Manajemen dan Implikasinya*, Yogyakarta: Gava Media

- Suryasubroto, B (2012), *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*, Rineka Cipta, Jakarta
- Suryosubroto, B (2004), *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Rineka Cipta, Jakarta
- Tench, R, dan Yeomans, L, (2009), *Exploring Public Relations 2nd Edition*, Prentice Hall, Pearson Education Ltd, England
- Terry, GR (1977) *Principles of Management*, (7th Edition), Richard D. Irwin Inc., Illinois, USA
- Tewal, B. et all (2017) *Perilaku Organisasi*, Patra Media Grafindo, Bandung.
- Theaker, A. (2012) *The Public Relations Handbook 4th Edition*. Routledge Taylor & Francis Group, New York.
- Tohirin. (2011) *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, Jakarta: Rajawali Press.
- Walgito B. (2010) *Pengantar Psikologi Umum*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Watson & Noble, (2007), *Evaluating Public Relations, A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research, and Evaluation 2nd Edition*, Kogan Page Publisher, London and Philadelphia
- Wilcox, Cameron, Heber (2015) *Public Relations: Strategies and Tactics*, 11th Edition, Global Edition, Pearson Education Ltd, United Kingdom.
- Wiyani, N. A. (2019). *Manajemen Humas di Sekolah*, Gaya Media, Yogyakarta
- Yin, K. R.t (2018) *Case Study Research and Applications: Design and Methods* Sixth Edition, Sage Publication, California USA

B. JURNAL PENELITIAN

- Achru PA. (2019) “Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran”, *JURNAL IDAARAH*, VOL. III, NO. 2,
- Adelina, (2022), “Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Sekolah Unggulan Pada Tingkat SMP”, *e-Journal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 10, No. 2
- Alfitra, Bachtiar M., Wahed A., (2021) “Peran Humas Sekolah dalam Membangun Hubungan Kemitraan dengan Dunia Usaha dan Industri di Sekolah Menengah Kejuruan”, *PINISI Journal of Education*, Vol 1 No 1
- Alfiyanto, A. et al. (2022) “Peran Humas Dalam Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MA Almu’awanah Pamulutan Ogan Ilir”, *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10.1: 468-471.
- Alfrinda dan Roeminingsih E, (2016) “Peran Humas Dalam Menjalin Kemitran Sekolah Di SMA NU 1 Gresik”, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 1

- Amonoo J (2014) "*Factors Influencing Parents' Choice of A Senior High School for Their Children*", *Thesis submitted to the Department of Educational Foundations of the College of Education Studies*, University of Cape Coast
- Annur S., Audina U., (2019) "Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang (Studi Kasus Terhadap Peran Humas Dalam Membangun Citra di MAN 1 Palembang)", *Jurnal NUANSA*, Vol. XII., No. 2
- Asma, Y. et all, (2021) "Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di Batahan Kec. Batahan Kab. Mandailing Natal", Vol. 1, No. 2, *Edu Society: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial dan Pengabdian Masyarakat*
- Aulia, A. F., Asbari, M., & Wulandari, S. A. (2024). "Kurikulum Merdeka: Problematik Guru dalam Implementasi Teknologi Informasi pada Proses Pembelajaran", *Journal of Information Systems and Management*, 3(2), 65–70.
- Connie G., et all (2022) Factors Influencing Students' Choice of An Institution of Higher Education, *Journal of Positive Psychology*, Vol. 2 No. 4, 10015 – 10043
- Dhuhani, E. M. (2016). "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah di MIT As-Salam Ambon", *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 45–52.
- Ervina H., Sumastuti E., Hasan F., (2019) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Kejuruan Negeri Semarang, *Journal of Management & Business*, Vol. 2 No. 1
- Fajri, C (2017) Peran Humas dalam Meningkatkan Loyalitas Stakeholder Universitas Ahmad Dahlan, *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*. Volume 47. Nomor 1. Juni
- Fuadah AT et all, (2020) "Perspektif; Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pembelajaran Abad 21 di Sekolah Menengah Pertama", *Jupetra – Jurnal Pendidikan Transformatif*, Vol. 02 No. 02
- Goldring, EB and Phillips, KJ (2008), "*Parent Preferences and Parent Choices: The Public–Private Decision About School Choice*", *Journal of Education Policy*, Volume 23, 2008 - Issue 3
- Hadi, A (2023), "Pentingnya Humas Sekolah Sekolah Dalam Membangun Hubungan Dengan Masyarakat Di RA Usman Baharun Ba'alawi Bengkel Lombok Barat NTB", *AL-AMIN: Journal of Education and Social Studies*, Vol. 8, No. 1, Juni.
- Hartati, B, (2023) "Pentingnya Peran Kehumasan Pada Lembaga Pendidikan Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Politeknik Imigrasi)",

Vol. 3, No. 2, *JAID: Journal of Administration and International Development*

- Hasnirwana H. et all. (2025). “Persepsi Stakeholders terhadap Manajemen Lembaga Pendidikan Berbasis Digital (Studi Kasus di MTsN 1 Palu)”, *Jurnal Ilmu Manajemen Pendidikan dan Ekonomi (JIMPE)*, 4(2), 112–118.
- Hidayat, DRS (2021), *Public Relations Management in Efforts to Improve School Image and Community Participation, Volume 4, No 2, Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*
- Hidayat, Sy. (2019) Ahmad, “Menggagas Kerangka Kerja Manajemen Humas dalam Tinjauan Aksiologi pada Lembaga Pendidikan”, *Al Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 03 No. 02.
- Julianti, M. “Manajemen Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa di Yayasan Surban MTs Pacet Mojokerto”, *Continuous Education: Journal of Science and Research*, Vol. 2, 2021
- Kamaruddin, FS dan Basri, Sy (2023) Peran Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di SMKN 1 Pasarwajo Kabupaten Buton, *JIKAP PGSD: Jurnal Ilmiah Ilmu Kependidikan* Vol, 7 No, 2.
- Katerina, W. Simbolon, BR. Sinaga, D. (2023) Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SD Santo Bellarminus Bekasi. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*: Vol. 9. No. 2
- Kurniasari, H., Hakim, L., Syaifudin, M., (2024), “Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan”, *Journal on Education*, Vol. 06, No. 02 Januari,
- Kurniawati, TV. dan Fauzi, F. (2023) “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di SMP Plus Ar Rahmat Bojonegoro”, Vol. 1, No. 2 November, *At Tadbir: Islamic Education Management Journal*.
- Laelatuzzahro, R., & Halwati, U. (2023). “Konsep Manajemen Humas Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah di MI Muhammadiyah Tinggarjaya”, *Dirasah: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, 6(2), 305–309.
- Listina, N. L. (2016). “Manajemen Humas di SMK se-Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman”, *Jurnal Hanata Widya*, 5(8), 49–56.
- Maujud, F. "Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Pengelolaan Madrasah Ibtidaiyah Islahul Muta'allim Pagutan)." *Jurnal Penelitian Keislaman 14.1 (2018): 31-51*.
- Meliana, M., Mu'min, L., & Fitri, F. (2022). “Tantangan Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di MAN 2 Bone”, *Jurnal Mappesona*, 5(1), 1–10.

- Mundir, A. (2015) “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah” *MALLIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7.1.
- Murtadho, A. (2012) “Memperkokoh Kualitas Pendidikan Madrasah Berbasis Manajemen Mutu Terpadu (TQM)”. *Forum Tarbiyah*. Vol. 10. No. 1.
- Mustafa, H. et all, (2021) “Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam”, *Edu SocietyL Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 1, No. 2.
- Novita, P. D., Amilda, A., & Atika, N. (2024). “Public Relations Strategy in Creating School Branding Through Social Media”, *Studia Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 127–138.
- Novitasari N., Fitri NL., dan Rohmah AN. (2022) “Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022”, *JECED (Journal of Early Childhood Education and Development)*, Vol. 4, No. 2
- Nur Hakim, M. (2019) “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri Dianggu Mojokerto)”, *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4 No. 1.
- Nuridin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu”. *Jurnal Perbankan Keuangan Syariah*, 02.
- Rahmatulloh, (2020) “Peran Manajemen Humas daman Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MTsN 2 Lamongan”, Vol. 2, No. 2, September, *Jurnal API: Administrasi pendidikan Islam*
- Ramadhina, M. S. (2024). “Optimizing Social Media as a Public Relations Tool in Educational Institutions”, *Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity*, 2(2), 1334–1338.
- Sari W.P., Soegiarto A. (2019) “Fugsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan”, *Jurnal Communology*, Vol 7, No. 1
- Satlita, L. (2007), “Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi”, No. 1, Vol. VII, *Efisiensi: Jurnal Kajian Ilmu Administrasi*
- Suardi, (2017) “Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan”, *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, Vo. 2, No. 2.
- Supriani Y. (2022), “Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah”, *JiIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 5, No. 2
- Trisnantari, H. E., Gufron, M., & Ningsih, P. R. (2024). “Strategic Public Relations to Build Public Trust in Islamic Boarding Schools: A Case

- Study in Indonesia”, *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 10(2), 325–336.
- Turmidzi, I., (2021) “Pengelolaan Pendidikan Bermutu Di Madrasah”. *Tarbawi: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 4.2.
- Wakhidah, U. S., & Oktarina, N. (2024). “Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah”, *Business and Accounting Education Journal*, 5(2), 325–340.
- Witty, P. (1960). “Studies of Children’s Interest -- A Brief Summary. *Elementary English, National Council of Teachers of English*” Vol. 37, No. 7.
- Yaacob NA., Osman MM, Bachock S. (2014), “Factors Influencing Parents’ Decision in Choosing Private Schools”, *Elsevier, Procedia, Social and Behavioral Science*.
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023). “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh”, *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 3(2), 245–256.
- Zamakhshyah ZDY dan Supriyanto (2010) “Peran Humas dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru”, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 08, No. 04

C. KEBIJAKAN DAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2014 tentang Kepala Madrasah
- Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 1531 Tahun 2020 tentang Pengangkatan Guru yang Diberi Tugas Tambahan Sebagai Wakil Kepala Madrasah
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 554 Tahun 2003 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Prosedur Tetap Pelayanan Di Bidang Fasilitatif Di Lingkungan Departemen Agama
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2015 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan dan Pelatihan Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 90 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2014 tentang Sistem penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi

Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 232 Tahun 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Eputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 5851 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Teknis Pengangkatan Kepala Madrasah

D. Internet

The Chartered Institute of Public Relations (CIPR) <https://cipr.co.uk/>

The Public Relations Society of America (PRSA) www.prsa.org

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rasma 'Afifah lahir di Banjarmasin pada tanggal 26 Juni 1985. Ia merupakan warga negara Indonesia, beragama Islam, dan saat ini berdomisili di Kupang Indah Permai, Kelurahan Jangkung Kecamatan Tanjung Kabupaten Tebalong. Rasma adalah putri pertama dari tiga bersaudara dari pasangan almarhum H. M. Amin Djamaluddin dan Hj. Rabiatal Aslamiah. Dalam kehidupan keluarga, ia menikah dengan Mukhlis Abdi dan dikaruniai dua orang anak bernama M. Rafa Khairul Ildan (14 tahun) dan Kellan Abdullah Mursyid (8 tahun).

Riwayat pendidikan Rasma menunjukkan perjalanan akademik yang panjang di bidang keilmuan agama dan pendidikan. Ia menempuh pendidikan dasar di SDN Kebun Bunga 6 Banjarmasin (1990–1996) dan melanjutkan ke SLTP Darul Hijrah Puteri (1996–1999). Pendidikan menengah atas ia selesaikan di MAK N MAN 1 Surakarta (1999–2002). Setelah itu, ia melanjutkan studi pada jenjang pendidikan tinggi di beberapa program: S1 Fakultas Ushuluddin jurusan Tafsir Hadis di IAIN Antasari (2002–2007), Program Diploma tiga (D3) Bahasa Inggris Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat (2003–2006), S1 Pendidikan Bahasa Inggris di IAIN Antasari (2007–2012), serta menyelesaikan pendidikan magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam di IAIN Antasari (2009–2014).

Selain pendidikan formal, Rasma juga aktif mengikuti berbagai pelatihan, baik di bidang bahasa Inggris maupun pendidikan. Pengalaman pelatihan yang pernah diikutinya antara lain: *English Short Course* di Spring International Language Center, University of Arkansas (Agustus–Oktober 2008), *Computer Training and Course* di LP3FT IAIN Antasari Banjarmasin, *Teacher Development Workshop on English Language Teaching*, *One Day Workshop on Methods and Strategies on English Language Teaching*, pelatihan model-model pembelajaran (2020), pelatihan fasilitator daerah mata pelajaran Bahasa Inggris MTs (2021–2022), serta pelatihan implementasi Kurikulum Merdeka berbasis komunitas IKM-BK (2023).

Karier profesional Rasma dimulai sejak 2008 ketika menjadi tutor Bahasa Inggris pada Unit Pengembangan Bahasa UIN Antasari Banjarmasin. Pada tahun 2009–2010 ia juga mengabdikan sebagai *murobbiyah* di Ma'had 'Aliy 2 UIN Antasari. Selanjutnya, ia dipercaya sebagai staf pengelola pembelajaran Bahasa Inggris di UPB UIN Antasari (2014–2019) sekaligus mengajar di Fakultas Tarbiyah UIN Antasari (2015–2019) untuk beberapa mata kuliah, di antaranya *Speaking I*, *Translation I & II*, *Pronunciation Practice*, *Reading Text in Islam*, serta *Dasar-dasar Administrasi dan Manajemen Pendidikan Islam*. Sejak tahun 2019 hingga sekarang, Rasma berkarier sebagai guru PNS mata pelajaran Bahasa Inggris di MTsN 4 Tabalong.

Lampiran 1



UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
SEKOLAH PASCASARJANA

Jl. Soekarno - Hatta No. 530 Bandung 40286 Telp./Faks. +6222 7509656
<https://sps.uninus.ac.id>, e-mail: pasca@uninus.ac.id

SURAT KEPUTUSAN
DIREKTUR SEKOLAH PASCASARJANA
 Nomor: 542/SPs.Uninus/SK/XI/2023

Tentang:
PENETAPAN TIM PROMOTOR DISERTASI
MAHASISWA SEKOLAH PASCASARJANA
TAHUN AKADEMIK 2022/2023 GENAP

Bismillahirrahmaanirrahim

- Menimbang : a. Bahwa Disertasi Merupakan Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Di Jenjang Pendidikan Tinggi Pada Program Doktor (Strata III);
 b. Bahwa disertasi merupakan karya tulis ilmiah yang disusun oleh mahasiswa, dengan bimbingan dan arahan dari Promotor dan Ko-Promotor, berdasarkan kaidah dan SOP sistematika penulisan Disertasi;
 c. Bahwa dalam upaya penyusunan Disertasi, diperlukan Promotor dan Ko-promotor yang profesional dan memiliki kompetensi yang relevan dengan topik permasalahan sehingga disertasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.
- Mengingat : 1. Undang-undang No.12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 2. Peraturan pemerintah No. 32 Tahun 2013 Tentang Standar Nasional Pendidikan;
 3. Permendikbud No. 50 Tahun 2014 tentang sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
 4. Permendikbud No. 03 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
 5. Statuta Universitas Islam Nusantara.
- Memperhatikan : 1. Standar Prosedur Operasional Sekolah Pascasarjana tentang Tugas dan Beban Mengajar Dosen;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Penetapan Tim Pembimbing Disertasi
 Pertama : Menetapkan Tim Promotor yang terdiri dari:
 1. Prof. Dr. H. Iim Wasliman, M.Pd., M.Si (Promotor)
 2. Dr. Heru Sujiarto, M.Pd (Ko-Promotor)
 3. Dr. H. Nandang Koswara, M.Pd (Anggota)
 untuk mahasiswa :
 Nama : Rasma Afifah
 NIM : 41038104214043
 Jenjang/ Program Studi: S3/ Ilmu Pendidikan
 Judul Disertasi:
OPTIMALISASI MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS MADRASAH DALAM MENINGKATKAN MINAT ENROLLMENT CALON SISWA (Studi Kasus Pada MAN 1 dan MAN 2 Tabalong)
- Kedua : Tugas Pembimbingan mencakup 1) pembimbingan disertasi dan 2) pembuatan artikel ilmiah jurnal Internasional bereputasi minimal scopus Q4.
- Ketiga : Keputusan ini berlaku selama 2 semester sejak ditetapkan dengan ketentuan apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandung
 Pada tanggal : 10 November 2023
 Direktur

Prof. Dr. H. Iim Wasliman, M.Pd., M.Si.
 NIP. 8531923420

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Dosen pembimbing sebagai dasar pelaksanaan kegiatan bimbingan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Arsip.

Lampiran 2



UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
SEKOLAH PASCASARJANA
 Jl. Soekarno – Hatta No. 530 Bandung 40286 Telp./Faks. +6222 7509656
<https://sps.uninus.ac.id>, e-mail: pasca@uninus.ac.id

Nomor : 411/UNINUS/SPs/PT/IV/2024

Lamp. : ---

Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala MAN 1 Tabalong

Di

**JL. IR. P.H.M. Noor 32 RT 10. Desa/Kelurahan, : Maburai. Kecamatan/Kota (LN), :
 Kec. Murung Pudak.**

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Nusantara, mahasiswa diwajibkan menyusun Disertasi sebagai salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sidang Doktor Ilmu Pendidikan. Sehubungan hal tersebut bersama ini kami hadapkan mahasiswa dengan data sebagai berikut:

Nama	: Rasma 'Afifah
NIM	: 41038104214043
Program Studi	: S3 Ilmu Pendidikan
Konsentrasi	: Manajemen Pendidikan
Tahun Akademik	: 2023/2024 Genap

Bersama surat ini kami mengajukan Permohonan Izin Penelitian bagi mahasiswa tersebut di lingkungan Lembaga/Institusi yang Bapak/Ibu pimpin sebagai bahan kajian dalam proses penyusunan Disertasi, dengan judul/masalah:

**MANAJEMEN KEHUMASAN MADRASAH ALIYAH NEGERI DALAM
 MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK
 (Studi Kasus pada MAN 1 dan MAN 2 Tabalong)**

Besar harapan kami Bapak/Ibu dapat menerima mahasiswa tersebut demi kelancaran penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Nusantara. Adapun waktu penelitian kami serahkan sepenuhnya kepada Bapak/Ibu. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 18 April 2024

Direktur



Prof. Dr. H. Him Wasliman, M.Pd., M.Si.



UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
SEKOLAH PASCASARJANA

Jl. Soekarno – Hatta No. 530 Bandung 40286 Telp./Faks. +6222 7509656
<https://sps.uninus.ac.id>, e-mail: pasca@uninus.ac.id

Nomor : 412/UNINUS/SPs/PT/IV/2024

Lamp. : ---

Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala MAN 2 Tabalong

Di

Jl. Baco No. 63 RT RW ; Desa/Kelurahan, Puduk Setegal ; Kecamatan, Kec. Kelua.

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Nusantara, mahasiswa diwajibkan menyusun Disertasi sebagai salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sidang Doktor Ilmu Pendidikan. Sehubungan hal tersebut bersama ini kami hadapkan mahasiswa dengan data sebagai berikut:

Nama	: Rasma 'Afifah
NIM	: 41038104214043
Program Studi	: S3 Ilmu Pendidikan
Konsentrasi	: Manajemen Pendidikan
Tahun Akademik	: 2023/2024 Genap

Bersama surat ini kami mengajukan Permohonan Izin Penelitian bagi mahasiswa tersebut di lingkungan Lembaga/Institusi yang Bapak/Ibu pimpin sebagai bahan kajian dalam proses penyusunan Disertasi, dengan judul/masalah:

**MANAJEMEN KEHUMASAN MADRASAH ALIYAH NEGERI DALAM
MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK
(Studi Kasus pada MAN 1 dan MAN 2 Tabalong)**

Besar harapan kami Bapak/Ibu dapat menerima mahasiswa tersebut demi kelancaran penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Nusantara. Adapun waktu penelitian kami serahkan sepenuhnya kepada Bapak/Ibu. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 18 April 2024

Direktur,


Prof. Dr. H. Iim Wasliman, M.Pd., M.Si.

Lampiran 3



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN TABALONG
MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 TABALONG
 Alamat : Jl. Ir. PHM Noor Sulingan Rt. 10 No. 087 Telp. (0526) 2021359 Tanjung Kab. Tabalong
 Website : mantanjung.sch.id Email : mantanjung@gmail.com

IZIN PENELITIAN
 Nomor : 00g_rw/Ma.17.09-1/PP.00.6/10/2024

Berdasarkan Surat Ketua Universitas Islam Nusantara Bandung Nomor 411/UNINUS/SPs/PT/IV/2024 Tanggal 18 April 2024, Perihal Mohon Izin Penelitian :

Nama	: Rasma 'Afifah
NIM	: 41038104214043
Program Studi	: S3 Ilmu Pendidikan
Konsentrasi	: Manajemen Pendidikan
Tugas	: Melakukan penelitian bagi mahasiswa penyusunan Desertasi dengan judul yang diambil :

**"MANAJEMEN KEHUMASAN MADRASAH ALIYAH NEGERI DALAM
 MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK (Studi Kasus pada MAN 1 dan
 MAN 2 Tabalong)".**

Lama Penelitian	: 1 (satu) bulan
Dari s.d Tanggal	: 18 April s.d 18 Mei 2024
Tempat Penelitian	: MAN 1 Tabalong

Demikian surat izin penelitian ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.


 NIP. 198601081994031003

Lampiran 4





