

Received: 2024-06-24; Received in revised form: 2024-12-01; Accepted: 2024-12-31

Manajemen Humas untuk Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen

Cut Ila Annabila^{1*}, Susi Yusrianti², Jumat Barus²

¹MPI Pascasarjana IAIN Lhokseumawe, ²Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

E-mail: * cutilaannabila22@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.47766/itqan.v15i2.3142>

ABSTRACT

This study aims to deeply understand the role of optimizing PR management in building public interest in Ummul Qura Modern Islamic Boarding School in Bireuen Regency. Using a qualitative approach and descriptive method, this study involved informants selected by purposive sampling, including principals, teachers, and PR staff, who have knowledge and experience related to PR program management in pesantren. Data were collected through semi-structured interviews, participant observation, and documentation studies, which were then thematically analysed to find relevant patterns. The results showed that the optimization of PR management at Ummul Qura Modern Islamic Boarding School succeeded in increasing public interest through the implementation of effective communication strategies and the use of digital media. The active involvement of the community in pesantren activities, as well as data-based evaluation of PR programs, also contribute to the positive image of the institution. The increase in the number of students from 180 to 222 in the last two years is an indicator of the success of the strategy implemented. Based on these findings, this study recommends that Ummul Qura Modern Pesantren continue to develop training for PR staff in the use of technology and digital media. In addition, it is important to strengthen community involvement in social activities and implement continuous evaluation to improve the effectiveness of PR programs. Thus, the pesantren can continue to adapt to local needs and strengthen its position as a relevant and responsive educational institution in the modern era.

Keywords: *Public Relations Management, Marketing Strategy, Pesantren Image, Community Interest*

Copyright Holder: © Cut Ila Annabila, Susi Yusrianti, Jumat Barus (2024)

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran optimalisasi manajemen Humas dalam membangun animo masyarakat terhadap Pesantren Modern Ummul Qura di Kabupaten Bireuen. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, penelitian ini melibatkan informan yang dipilih secara purposive sampling, termasuk kepala sekolah, guru, dan staf Humas, yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait manajemen program Humas di pesantren. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipan, dan studi dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara tematik untuk menemukan pola-pola yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi manajemen Humas di Pesantren Modern Ummul Qura berhasil meningkatkan animo masyarakat melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif dan pemanfaatan media digital. Keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan pesantren, serta evaluasi berbasis data terhadap program-program Humas, juga berkontribusi pada citra positif lembaga. Peningkatan jumlah santri dari 180 menjadi 222 dalam dua tahun terakhir menjadi indikator keberhasilan strategi yang diterapkan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar Pesantren Modern Ummul Qura terus mengembangkan pelatihan bagi staf Humas dalam penggunaan teknologi dan media digital. Selain itu, penting untuk memperkuat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial serta menerapkan evaluasi berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas program Humas. Dengan demikian, pesantren dapat terus beradaptasi dengan kebutuhan lokal dan memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang relevan dan responsif di era modern.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Startegi Pemasaran, Citra Pesantren, Animo Masyarakat

PENDAHULUAN

Manajemen humas (hubungan masyarakat) adalah salah satu komponen yang sangat dibutuhkan dalam setiap organisasi, termasuk lembaga pendidikan. Humas tidak hanya berperan dalam membangun reputasi, tetapi juga menjadi ujung tombak dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan animo masyarakat terhadap program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan media sosial, pendekatan humas mengalami transformasi signifikan. Media sosial dan teknologi digital telah menjadi alat utama dalam komunikasi lembaga pendidikan dengan masyarakat luas, memungkinkan pesan-pesan lembaga tersampaikan lebih efektif dan tepat sasaran.

Dalam era digital saat ini, optimalisasi manajemen program humas menjadi sebuah keharusan, terutama di tengah perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang cepat. Pemanfaatan platform digital dan media sosial tidak

hanya membantu lembaga dalam menjalin hubungan yang lebih interaktif dengan masyarakat, tetapi juga memberikan peluang bagi humas untuk membangun citra positif, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat daya tarik lembaga. Dalam konteks lembaga pendidikan, humas bertanggung jawab untuk menciptakan komunikasi yang efektif guna mewujudkan tujuan strategis lembaga, seperti menarik lebih banyak calon siswa atau santri, serta memperkuat hubungan dengan para orang tua dan masyarakat sekitar.

Peran humas dalam lembaga pendidikan sangat penting, khususnya dalam menjaga mutu, eksistensi, dan reputasi di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Reddi (2019), humas dalam lembaga pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dengan masyarakat, tetapi juga berperan sebagai pengelola informasi yang strategis. Mereka harus mampu mengelola persepsi publik dan membangun citra positif melalui program komunikasi yang terencana dan terukur. Dalam konteks Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen, keberhasilan humas sangat bergantung pada bagaimana mereka mampu mengoptimalkan program-program komunikasi, baik secara tradisional maupun digital, untuk menarik minat masyarakat.

Rendahnya animo masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan sering kali disebabkan oleh lemahnya manajemen humas. Sebaliknya, peningkatan animo masyarakat bisa dipicu oleh keberhasilan humas dalam menjalankan program yang efektif dan kreatif. Di pesantren, humas tidak hanya bertugas mengkomunikasikan keunggulan akademis atau fasilitas pesantren, tetapi juga harus mampu menunjukkan nilai-nilai unik dan kelebihan pesantren dalam membentuk karakter santri. Oleh karena itu, indikator keberhasilan humas tidak hanya diukur dari jumlah calon santri yang mendaftar, tetapi juga dari tingkat kepuasan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan, serta peningkatan reputasi lembaga di mata publik.

Pesantren Modern Ummul Qura, yang baru berdiri beberapa tahun, telah menunjukkan pencapaian signifikan dalam membangun animo masyarakat di Kabupaten Bireuen. Dengan pendekatan manajemen modern yang berfokus pada pendidikan karakter Islami, serta pengintegrasian program-program tahfizh, pembelajaran kitab kuning, dan bahasa asing, pesantren ini berhasil menarik perhatian luas. Ditambah lagi, dukungan tenaga pendidik yang berkualitas, baik lulusan dalam maupun luar negeri, telah memperkuat posisi pesantren ini sebagai salah satu yang terbaik di wilayah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana optimalisasi manajemen program humas di Pesantren Modern Ummul Qura dapat

meningkatkan animo masyarakat. Secara khusus, penelitian ini akan mengkaji parameter keberhasilan humas, seperti jumlah pendaftar baru, tingkat kepuasan masyarakat, dan penguatan citra lembaga, sebagai indikator efektivitas program humas dalam menarik minat calon santri dan orang tua. Dengan mengungkap langkah-langkah konkret yang dapat diambil oleh pesantren dalam mengoptimalkan manajemen program humas, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan strategis bagi pengelola lembaga pendidikan lainnya dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pendekatan humas yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana optimalisasi manajemen humas berperan dalam membangun animo masyarakat terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen. Informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive sampling*, berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mendalam terkait manajemen program humas di pesantren. Informan utama terdiri dari kepala sekolah, sejumlah guru, dan staf humas Pesantren Modern Ummul Qura.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: (1) Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk mengeksplorasi pandangan dan pengalaman informan terkait manajemen humas, serta bagaimana strategi yang diterapkan berpengaruh terhadap peningkatan animo masyarakat. (2) Observasi partisipan dilakukan untuk melihat langsung bagaimana program humas dijalankan, serta bagaimana interaksi antara humas pesantren dan masyarakat. (3) Studi dokumentasi meliputi analisis laporan humas, data pendaftaran santri, materi promosi, dan berbagai dokumen lain.

Teknik analisis data dilakukan secara tematik, di mana data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi terlebih dahulu untuk menemukan pola-pola tematik yang relevan dengan fokus penelitian. Langkah selanjutnya adalah mendisplay data dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan bagaimana program humas dijalankan dan dioptimalkan. Hasil dari analisis tematik ini kemudian disajikan dalam bentuk temuan utama yang diinterpretasikan berdasarkan teori dan kajian literatur terkait.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, di mana informasi yang diperoleh dari berbagai informan dibandingkan dan dianalisis untuk mencari kesesuaian atau perbedaan pandangan terkait manajemen humas. Selain itu,

triangulasi metode juga diterapkan dengan membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk memperkuat temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian, optimalisasi manajemen Humas di Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan animo masyarakat terhadap pesantren. Proses optimalisasi ini melibatkan serangkaian perbaikan dan pengembangan strategi yang sebelumnya belum berjalan maksimal, baik dari segi internal maupun eksternal.

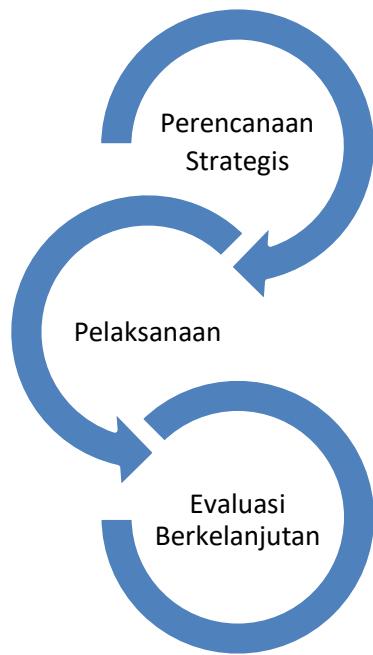
Tantangan Awal

Sebelum optimalisasi dilakukan, sebagaimana simpulan dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumen, manajemen humas dihadapkan pada beberapa tantangan, antara lain: 1) rendahnya kesadaran masyarakat akan keunggulan pesantren, 2) minimnya promosi berbasis digital, dan 3) kurangnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pesantren. Kondisi ini berdampak pada jumlah santri yang stagnan dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan-kegiatan pesantren. Tantangan ini mendorong perlunya pendekatan yang lebih efektif dan terstruktur untuk meningkatkan citra pesantren dan menarik lebih banyak calon santri.

Upaya Optimalisasi dan Perbaikan Manajemen Humas

Optimalisasi dilakukan dengan memperbaiki strategi komunikasi, memperluas jangkauan promosi melalui media digital, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial dan pendidikan yang diselenggarakan oleh pesantren. Tindakan ini bertujuan untuk mengatasi tantangan awal dan memperbaiki hubungan dengan masyarakat lokal.

Dalam manajemen humas (*public relations*), langkah-langkah yang dilakukan oleh Pesantren Ummul Qura Bireuen mencakup perencanaan strategis, pelaksanaan, dan evaluasi yang berkelanjutan sebagaimana gambar berikut:



Gambar 1 menjelaskan langkah-langkah yang diupayakan pesantren Ummul Qura Kabupaten Bireun dalam peningkatan animo Masyarakat terhadap pesantren, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perencanaan Strategis (*Strategic Planning*)

- a. Menentukan tujuan humas, yaitu meningkatkan animo masyarakat untuk mendaftarkan putra-putri mereka sebesar 10-20% dan meningkatkan kesadaran publik tentang program-program unggulan pesantren, seperti pendidikan teknologi dan keterampilan.
- b. Menetapkan sasaran (*objectives*), yaitu meningkatkan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial sebesar 50% dalam 6 bulan.
- c. Pengembangan pesan (*message development*), di mana Pesantren Modern Ummul Qura, memadukan pendidikan islami dengan keterampilan teknologi digital untuk mempersiapkan generasi unggul.
- d. Pemilihan media (*media planning*), yaitu menggunakan media website pesantren, Instagram, dan Facebook untuk berbagi video testimoni santri yang berhasil atau kegiatan pesantren lainnya.

2. Pelaksanaan (*Implementation*)

- a. Taktik komunikasi, yaitu mengadakan kegiatan *Open House* pesantren yang dapat dihadiri oleh masyarakat umum, serta membuat kampanye “Ummul Qura Digital Future” di media sosial untuk menarik perhatian publik.

- b. Manajemen hubungan dengan media, yaitu mengoptimalkan media sosial untuk mendapatkan liputan berita positif. Misalnya, mempublikasi kegiatan baru pesantren seperti peluncuran laboratorium teknologi, seminar pendidikan, prestasi santri, keunggulan fasilitas, dan program layanan santri.
- c. Penerimaan Peserta Didik Baru (PSDB) melalui web resmi pesantren, yang dapat memudahkan calon santri menerima informasi dan melakukan pendaftaran.

3. Evaluasi (*Evaluation*)

- a. Pengukuran hasil, yaitu mengevaluasi apakah tujuan dan sasaran tercapai dengan melihat data, seperti survei, analisis media sosial, atau jumlah pendaftar. Pengukuran keberhasilan kampanye media sosial dengan melihat peningkatan jumlah pengikut, interaksi (*like, comment, share*), serta jumlah kunjungan ke website pendaftaran.
- b. Analisis kinerja, yaitu menilai apakah taktik yang digunakan efektif, apakah ada kesalahan, dan seberapa besar pengaruh kampanye terhadap persepsi publik. Misalnya, jika jumlah peserta open house meningkat dari tahun sebelumnya, bisa diartikan strategi kampanye efektif. Namun, jika masih ada keluhan tentang kurangnya informasi, taktik komunikasi mungkin perlu disesuaikan.
- c. Pembelajaran dan perbaikan (*feedback loop*), di mana hasil evaluasi dijadikan pembelajaran untuk merancang strategi humas yang lebih baik di masa mendatang. Misalnya, jika survei menunjukkan masyarakat lebih tertarik pada konten video pendek, humas bisa lebih fokus membuat konten video informatif untuk kampanye tahun depan.

Program Humas dikembangkan menjadi lebih sinergis antara platform digital dan manual (tatap muka), dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Platform Digital (Daring)

- a. Pemasaran melalui Media Sosial

Optimalisasi di bidang media sosial melibatkan penggunaan yang lebih intensif dan strategis dari platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Sebelumnya, konten yang disampaikan kurang terfokus dan jarang diperbarui, namun setelah optimalisasi, konten media sosial dikemas lebih profesional, menekankan pada pencapaian santri, kegiatan harian pesantren, serta fasilitas unggulan. Indikator keberhasilan termasuk peningkatan jumlah pengikut, interaksi yang lebih aktif (seperti likes, komentar, dan shares), serta kenaikan

jumlah calon santri yang mendaftar setelah mendapatkan informasi melalui media sosial.

b. Promosi PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru)

Sebelumnya, promosi PPDB lebih banyak dilakukan melalui brosur fisik yang terbatas jangkauannya. Setelah optimalisasi, brosur digital yang lebih menarik dan informatif diperkenalkan, disebar melalui media sosial dan situs web resmi pesantren. Humas juga memanfaatkan iklan online yang lebih terukur, sehingga meningkatkan trafik situs web dan jumlah pendaftar.

c. Publikasi Layanan Pendidikan dan Sarana Prasarana

Program ini diperbaiki dengan menampilkan informasi lebih komprehensif mengenai layanan pendidikan, fasilitas pesantren, serta program-program ekstrakurikuler. Promosi daring ini membantu calon santri dan keluarganya untuk melihat keunggulan pesantren secara visual dan informatif, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah santri baru.

2. Platform Manual (Luring)

a. School Visit dan Home Visit

Sebelum optimalisasi, program kunjungan sekolah dilakukan sporadis tanpa fokus yang jelas. Setelah optimalisasi, kunjungan dilakukan secara sistematis ke sekolah-sekolah mitra dan keluarga calon santri dengan penekanan pada pendekatan personal. Hal ini berhasil menciptakan hubungan yang lebih erat antara pesantren dan masyarakat, sekaligus meningkatkan jumlah pendaftar baru.

b. Pelibatan Masyarakat dalam Kegiatan Pesantren

Kegiatan seperti pengajian, bakti sosial, dan perayaan hari-hari besar keagamaan semakin sering melibatkan masyarakat sekitar. Sebelum optimalisasi, partisipasi masyarakat dalam kegiatan ini masih terbatas. Namun, setelah perbaikan, masyarakat menjadi lebih aktif terlibat, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap pesantren dan membangun citra positif di mata publik.

c. Program Kemasyarakatan

Pesantren berperan aktif dalam kegiatan sosial seperti kerja bakti, donor darah, dan pelatihan keterampilan. Setelah optimalisasi, partisipasi dalam program-program ini meningkat, dengan dampak positif pada hubungan pesantren dan masyarakat, serta pada minat calon santri yang ingin belajar di pesantren.

Adaptasi dengan Kebutuhan Masyarakat Bireuen

Pesantren Ummul Qura secara khusus menyesuaikan strategi Humasnya untuk menjawab karakteristik dan kebutuhan masyarakat Bireuen. Daerah ini dikenal dengan masyarakat yang kuat nilai-nilai religiusnya namun tetap menginginkan pendidikan yang modern. Untuk itu, pesantren menggabungkan program-program berbasis agama dengan pendidikan umum yang disesuaikan dengan tuntutan zaman. Pendekatan ini, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital dan program kemasyarakatan, memperkuat posisi pesantren sebagai lembaga pendidikan yang mampu menjawab kebutuhan lokal.

Dampak Optimalisasi

Hasil optimalisasi ini terlihat jelas dalam peningkatan jumlah santri yang mendaftar setiap tahunnya. Pada Tahun Pelajaran 2021/2022 tercatat 180 santri, kemudian meningkat menjadi 196 santri pada Tahun Pelajaran 2022/2023, dan 222 santri pada Tahun Pelajaran 2023/2024. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah santri dari tahun ke tahun:

Tabel 1: Keadaan Jumlah Santri

Tahun Pelajaran	MTs	MA	Total Santri
2018-2019	53	-	53
2019-2020	77	-	77
2020-2021	85	-	85
2021-2022	123	-	123
2022-2023	126	54	180
2023-2024	140	56	196
2024-2025	149	73	222

Peningkatan jumlah santri dari tahun ke tahun sebagaimana tabel 1 mencerminkan keberhasilan manajemen humas dalam mempromosikan pesantren dan membangun animo masyarakat melalui program-program yang lebih terarah dan efektif. Optimalisasi manajemen humas di Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen telah berhasil menjawab tantangan awal, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan memperkuat citra pesantren di mata publik.

Pembahasan

Optimalisasi Manajemen Humas di Pesantren Modern Ummul Qura

Optimalisasi manajemen Humas di Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan animo masyarakat terhadap pesantren. Proses ini melibatkan perbaikan dan pengembangan strategi yang sebelumnya belum berjalan

maksimal. Dalam konteks ini, teori manajemen Humas menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dan strategi promosi yang terencana dapat meningkatkan citra organisasi di mata publik.

Reddi (2019) menekankan pentingnya hubungan yang baik antara organisasi dan publik sebagai kunci keberhasilan komunikasi. Dengan mengimplementasikan strategi Humas yang lebih terstruktur, Pesantren Ummul Qura berhasil meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di kalangan masyarakat, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan pendaftaran santri baru.

Tantangan Awal dan Solusi

Sebelum optimalisasi, manajemen Humas menghadapi beberapa tantangan, seperti minimnya pengetahuan masyarakat akan keunggulan pesantren dan minimnya promosi berbasis digital yang dilakukan pihak pesantren. Penelitian Asror (2020) menunjukkan bahwa program Humas yang berfokus pada keterbukaan informasi dan partisipasi masyarakat di sekolah Islam efektif dalam meningkatkan hubungan sekolah dengan masyarakat. Dalam konteks ini, Pesantren Ummul Qura melakukan serangkaian langkah strategis untuk mengatasi tantangan memperbaiki strategi komunikasi dan memperluas jangkauan promosi melalui media digital. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat, pesantren dapat menarik perhatian lebih banyak calon santri dan membangun citra positif di mata publik.

Tantangan minimnya promosi berbasis digital tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pemanfaatan teknologi, tetapi juga oleh keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam bidang pemasaran digital. Pesantren Ummul Qura mengatasi hal ini dengan menyelenggarakan pelatihan bagi staf Humas untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola platform digital, seperti media sosial dan website resmi pesantren. Pelatihan ini mencakup strategi pembuatan konten yang menarik, teknik SEO (*Search Engine Optimization*), serta manajemen kampanye digital untuk memperluas jangkauan informasi. Pendekatan ini tidak hanya membantu pesantren menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga membangun interaksi yang lebih erat dengan masyarakat melalui platform digital yang responsif dan informatif.

Noe et al. (2014) menekankan bahwa pelatihan dirancang untuk meningkatkan kemampuan individu dalam pekerjaan saat ini dan masa depan. Ini mencakup penguasaan teknologi baru, strategi komunikasi yang efektif, dan keterampilan interpersonal, yang semuanya relevan untuk staf Humas. Penelitian lain menyoroti bahwa pelatihan berbasis digital dapat membantu

staf Humas memahami cara memanfaatkan platform media sosial untuk promosi yang lebih luas dan interaktif.

Strategi Optimalisasi

Teori Mintzberg (1994) tentang *strategic planning* juga relevan untuk mendalami strategi optimalisasi yang dilakukan oleh Humas Pesantren Ummul Qura. Mintzberg Kembali menekankan bahwa perencanaan strategis bukan hanya tentang dokumen atau langkah formal, melainkan juga mencakup proses adaptif yang memungkinkan organisasi merespons dinamika lingkungan eksternal. Dalam konteks ini, pendekatan strategis Humas yang diterapkan oleh Pesantren Ummul Qura tidak hanya melibatkan desain awal program, tetapi juga evaluasi dan penyesuaian terus-menerus terhadap masukan dari masyarakat dan perkembangan teknologi komunikasi.

Kotler dan Keller (2016) dalam *Marketing Management* menyoroti pentingnya memahami audiens sasaran dalam menyusun pesan dan media komunikasi. Pesantren Ummul Qura mengimplementasikan strategi ini dengan menggunakan media sosial dan platform digital untuk menyampaikan informasi yang menarik dan relevan bagi masyarakat. Langkah ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi efektif berbasis media digital mampu meningkatkan keterlibatan publik dan membangun citra positif lembaga (Chaffey & Smith, 2017).

Dengan kombinasi pendekatan perencanaan strategis yang adaptif dan strategi komunikasi berbasis audiens, optimalisasi program Humas tidak hanya berhasil menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan partisipasi aktif masyarakat terhadap program-program pesantren.

Penerapan Media Digital

Penggunaan media digital seperti website pesantren, Instagram, dan YouTube untuk promosi menunjukkan adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat modern. Penelitian Romadhona dan & Rifqi (2022) menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial dalam manajemen Humas dapat meningkatkan interaksi dengan publik dan menarik perhatian calon siswa. Pesantren Ummul Qura mengimplementasikan kampanye digital yang terstruktur untuk menarik minat masyarakat, dengan menampilkan konten yang relevan dan menarik.

Dalam konteks Pesantren Ummul Qura, strategi kampanye digital melalui Instagram dan YouTube memanfaatkan prinsip-prinsip ini, dengan menampilkan konten visual yang autentik dan informatif, seperti kegiatan pesantren, testimoni alumni, serta nilai-nilai pendidikan Islam yang diajarkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Alalwan et al. (2017) menunjukkan bahwa konten yang relevan dan berkualitas tinggi di media sosial meningkatkan kepercayaan audiens terhadap suatu lembaga.

Dengan memadukan berbagai elemen penting, Pesantren Ummul Qura tidak hanya mampu menarik perhatian calon siswa, tetapi juga membangun citra institusi yang modern dan inklusif. Penggunaan media digital yang efektif juga mendukung pencapaian tujuan strategis yang lebih besar, yaitu memperluas pengaruh pesantren dan meningkatkan kehadirannya dalam persaingan pendidikan Islam di era digital.

Keterlibatan Masyarakat

Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pesantren, seperti pengajian dan bakti sosial, merupakan aspek penting dalam membangun citra positif. Penelitian Qoryah, dkk. (2021) menunjukkan bahwa program Humas yang efektif dapat meningkatkan awareness masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Kegiatan seperti open house dan diskusi terbuka yang dikelola dengan baik oleh tim Humas dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Partisipasi aktif dalam komunitas membangun kepercayaan dan memperkuat jaringan sosial yang dapat mendukung keberhasilan institusi. Dalam konteks Pesantren Ummul Qura, keterlibatan masyarakat melalui pengajian, bakti sosial, dan kegiatan lainnya tidak hanya menciptakan hubungan emosional yang erat tetapi juga memperkuat rasa memiliki terhadap pesantren.

Penelitian lain Maesaroh dan Achdiani (2017) menyoroti bahwa kegiatan yang melibatkan masyarakat lokal, seperti bakti sosial, dapat menciptakan kesan bahwa pesantren adalah bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat sekitar. Dengan demikian, program keterlibatan masyarakat ini menjadi salah satu strategi Humas Pesantren Ummul Qura yang penting untuk membangun citra positif sekaligus menciptakan ekosistem kolaboratif antara pesantren dan komunitas lokal.

Evaluasi dan Pembelajaran

Proses evaluasi yang dilakukan oleh Pesantren Ummul Qura, termasuk pengukuran hasil dan analisis kinerja, mencerminkan pendekatan berbasis data dalam manajemen Humas. Hal ini sesuai dengan prinsip manajemen yang menyatakan bahwa evaluasi berkelanjutan penting untuk perbaikan dan pengembangan strategi di masa mendatang (Irifiantara, 2019).

Teori dari Deming (1986) tentang *Plan-Do-Check-Act (PDCA)* juga sangat relevan untuk memperkuat pembahasan ini. Deming menekankan pentingnya siklus evaluasi yang berkesinambungan dalam meningkatkan kualitas manajemen. Dalam konteks Pesantren Ummul Qura, penerapan pendekatan PDCA memungkinkan evaluasi yang sistematis terhadap strategi Humas, mulai dari perencanaan hingga implementasi dan peninjauan ulang hasil.

Penelitian Munandar (2023) juga menunjukkan bahwa evaluasi berbasis data tidak hanya membantu mengukur efektivitas program tetapi juga memberikan wawasan berharga untuk inovasi. Dengan menganalisis kinerja melalui data yang terkumpul, seperti tingkat partisipasi masyarakat dan interaksi media sosial, pesantren dapat mengidentifikasi pola keberhasilan dan potensi hambatan. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar untuk mengembangkan program Humas yang lebih responsif terhadap kebutuhan audiens dan kondisi lingkungan. Dengan melakukan evaluasi secara rutin, pesantren dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan strategi Humas agar lebih efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adaptasi dengan Kebutuhan Lokal

Pesantren Ummul Qura menyesuaikan strategi Humasnya untuk menjawab karakteristik masyarakat Bireuen yang memiliki nilai-nilai religius namun tetap menginginkan pendidikan modern. Pendekatan ini, termasuk penggunaan teknologi digital, memperkuat posisi pesantren sebagai lembaga pendidikan yang relevan dengan kebutuhan lokal. Penelitian Anisa dan Saparudin (2022) menunjukkan bahwa branding lembaga pendidikan harus mempertimbangkan konteks lokal untuk meningkatkan kepercayaan publik.

Teori adaptasi organisasi dari Lawrence dan Lorsch (1967) memberikan perspektif yang relevan untuk memahami pentingnya respons terhadap kebutuhan lokal. Lawrence dan Lorsch menjelaskan bahwa organisasi yang mampu menyesuaikan struktur dan strategi mereka dengan dinamika lingkungan cenderung lebih berhasil dalam mencapai tujuan. Dalam kasus Pesantren Ummul Qura, strategi Humas yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal dengan pendekatan modern, seperti teknologi digital, menunjukkan kemampuan adaptasi ini.

Penelitian lain oleh Kurdi (2023) menyoroti bahwa lembaga pendidikan Islam yang responsif terhadap konteks sosial dan budaya lokal cenderung mendapatkan kepercayaan lebih besar dari masyarakat. Dengan memahami dan menghormati nilai-nilai religius masyarakat Bireuen, Pesantren Ummul Qura dapat memposisikan diri sebagai pilihan pendidikan yang tidak hanya

relevan tetapi juga sejalan dengan identitas komunitas lokal. Adaptasi ini tidak hanya meningkatkan citra lembaga tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat. Dengan memahami kebutuhan dan harapan masyarakat, Pesantren Ummul Qura dapat mengembangkan program Humas yang lebih sesuai dan menarik bagi masyarakat.

Dampak Optimalisasi

Peningkatan jumlah santri dari 180 menjadi 222 dalam dua tahun menunjukkan keberhasilan manajemen Humas dalam mempromosikan pesantren. Data ini mencerminkan dampak positif dari program-program yang lebih terarah dan efektif. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa program Humas yang baik dapat meningkatkan citra organisasi dan menarik lebih banyak dukungan dari masyarakat (Fadhl, dkk., 2018). Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah santri, tetapi juga dari meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan pesantren.

Keberhasilan Pesantren Ummul Qura dalam meningkatkan jumlah santri juga dapat dikaitkan dengan teori *resource-based view* (RBV) dari Barney (1991) yang menyatakan bahwa keberlanjutan keunggulan kompetitif suatu organisasi bergantung pada pemanfaatan sumber daya yang unik dan sulit ditiru, seperti strategi Humas yang berbasis nilai lokal dan digitalisasi. Dalam konteks ini, manajemen Humas di pesantren tidak hanya memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga menciptakan program-program promosi yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat.

Selain itu, penelitian Wirabhakti (2023) menegaskan bahwa peningkatan citra lembaga melalui strategi Humas yang terarah dapat memberikan dampak jangka panjang, seperti loyalitas masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dengan mengkombinasikan pendekatan modern dan lokal, Pesantren Ummul Qura berhasil menarik perhatian calon santri baru sekaligus meningkatkan keterlibatan masyarakat, yang menjadi indikator penting keberhasilan program optimalisasi.

Novelty dari Hasil dan Pembahasan

Adapun optimalisasi manajemen program humas dalam membangun animo masyarakat terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Bireuen dapat diurai sebagai berikut:

1. Pendekatan yang Terintegrasi

Penelitian ini menyoroti pendekatan terintegrasi yang dilakukan oleh Pesantren Modern Ummul Qura dalam mengoptimalkan manajemen Humas. Dengan menggabungkan strategi digital dan manual, pesantren

mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Pendekatan ini berbeda dari banyak lembaga pendidikan lain yang mungkin hanya fokus pada satu aspek saja (digital atau manual), sehingga memberikan kontribusi baru dalam praktik manajemen Humas di lembaga pendidikan Islam.

2. Adaptasi terhadap Kebutuhan Lokal

Penelitian ini menunjukkan bagaimana Pesantren Ummul Qura menyesuaikan strategi Humasnya dengan karakteristik masyarakat Bireuen yang memiliki nilai-nilai religius dan kebutuhan akan pendidikan modern. Pendekatan ini memberikan contoh konkret tentang bagaimana lembaga pendidikan dapat beradaptasi dengan konteks lokal untuk meningkatkan relevansi dan daya tariknya. Ini menjadi kontribusi baru dalam literatur manajemen Humas yang sering kali kurang menekankan pentingnya konteks lokal.

3. Penggunaan Media Digital yang Strategis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesantren Ummul Qura berhasil memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya secara strategis untuk meningkatkan animo masyarakat. Ini mencakup penggunaan konten yang menarik dan relevan, serta kampanye yang dirancang untuk menarik perhatian publik. Inovasi dalam penggunaan media digital ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana lembaga pendidikan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan masyarakat.

4. Evaluasi Berbasis Data

Proses evaluasi yang dilakukan oleh Pesantren Ummul Qura mencerminkan pendekatan berbasis data yang sistematis, termasuk pengukuran hasil dan analisis kinerja. Ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan tidak hanya mengandalkan intuisi atau pengalaman, tetapi juga menggunakan data untuk menginformasikan keputusan strategis. Pendekatan ini dapat menjadi model bagi lembaga lain dalam mengembangkan dan mengevaluasi program Humas mereka.

5. Keterlibatan Masyarakat dalam Kegiatan Sosial

Penelitian ini juga menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh pesantren. Dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan seperti pengajian dan bakti sosial, pesantren tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memperkuat citra positif di mata publik. Ini memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang bagaimana keterlibatan masyarakat dapat berpengaruh pada citra lembaga pendidikan.

6. Kerja Sama dengan Berbagai Lembaga

Dalam rangka mengoptimalkan strategi komunikasi, Pesantren Modern Ummul Qura menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga pendidikan Islam baik di dalam maupun luar negeri. Di tingkat nasional, pesantren bermitra dengan lembaga seperti English Varsity Jawa Timur, Arabic Al-Azhar Pare, dan Mr. Kalend Osen Kampung Inggris untuk mendukung program Magang Santri Nasional. Sementara itu, di tingkat internasional, pesantren menginisiasi kerja sama pertukaran santri menjelang kelulusan dengan institusi seperti Ma'had Dakwah wa Irsyad Selangor Malaysia, Al Qiblah International School Malaysia, dan Universitas Sains Malaysia (USIM).

7. Penguatan SDM

Pesantren juga didukung oleh tenaga pengajar profesional, yang merupakan alumni Dayah Aceh serta lulusan program sarjana (S1), magister (S2), dan doktor (S3) dari berbagai universitas terkemuka dalam dan luar negeri, seperti Mesir, Sudan, Yaman, Dubai, Malaysia, dan Maroko. Upaya ini semakin diperkuat dengan strategi komunikasi berbasis sosial budaya, salah satunya melalui kegiatan pengajian kitab kuning di malam hari yang melibatkan masyarakat. Kombinasi berbagai pendekatan ini tidak hanya memperkuat citra positif pesantren, tetapi juga membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas lokal dan internasional.



Gambar 2: Novelty Penelitian

Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengoptimalkan manajemen program humas, Pesantren Modern Ummul Qura Bireuen telah melakukan pendekatan terintegrasi, adaptasi dengan kebutuhan lokal, memanfaatkan media digital, melakukan evaluasi berbasis data, melibatkan Masyarakat dalam kegiatan pesantren, melakukan kerja sama dengan berbagai lembaga (dalam negeri dan luar negeri), dan penguatan pendidik dengan merekrut alumni dayah serta lulusan terbaik dari dalam dan luar negeri.

Hasil yang didapat dengan adanya optimalisasi program humas dalam membangun animo masyarakat terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Bireuen adalah peningkatan jumlah santri yang signifikan. Peningkatan jumlah santri dari 180 menjadi 222 dalam dua tahun menunjukkan dampak positif dari program-program yang lebih terarah dan efektif. Ini bukan hanya sekadar angka, tetapi mencerminkan keberhasilan manajemen Humas dalam membangun citra positif dan menarik dukungan masyarakat. Data ini memberikan bukti empiris yang kuat tentang efektivitas strategi yang diterapkan, yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN

Optimalisasi manajemen Humas di Pesantren Modern Ummul Qura telah menunjukkan dampak yang signifikan terhadap peningkatan animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan ini. Melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif dan terencana, pesantren berhasil memperbaiki citranya di mata publik. Dalam proses ini, tantangan awal yang dihadapi, seperti minimnya pengetahuan masyarakat tentang keunggulan pesantren dan kurangnya promosi berbasis digital, berhasil diatasi. Pesantren melaksanakan serangkaian pelatihan bagi staf Humas untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola platform digital, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun interaksi yang lebih erat dengan masyarakat.

Strategi yang diterapkan oleh Pesantren Ummul Qura bersifat adaptif, yang memungkinkan lembaga untuk merespons dinamika lingkungan dan kebutuhan masyarakat dengan lebih baik. Pendekatan ini mencakup evaluasi berkelanjutan terhadap program-program yang dijalankan, sehingga pesantren dapat menyesuaikan strateginya sesuai dengan masukan dari publik dan perkembangan teknologi komunikasi. Penggunaan media digital yang strategis, seperti website, Instagram, dan YouTube, terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dengan publik serta membangun citra positif lembaga.

Keterlibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan, seperti pengajian dan bakti sosial, juga menjadi aspek penting dalam membangun hubungan emosional antara pesantren dan komunitas lokal. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya memperkuat jaringan sosial, tetapi juga menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Selain itu, pendekatan evaluasi berbasis data yang diterapkan oleh pesantren membantu dalam mengukur efektivitas program dan memberikan wawasan untuk inovasi dan perbaikan berkelanjutan.

Pesantren Modern Ummul Qura menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik dengan menyesuaikan strategi Humasnya terhadap karakteristik masyarakat Bireuen yang mengedepankan nilai-nilai religius dan kebutuhan akan pendidikan modern. Peningkatan jumlah santri dari 180 menjadi 222 dalam dua tahun terakhir mencerminkan keberhasilan strategi Humas yang diterapkan, serta dampak positif dari keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, Pesantren Ummul Qura tidak hanya berhasil menarik perhatian calon santri baru, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguustina, W. R. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Pesantren Tebuireng Jombang. *As-Suluk: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 13-32. <https://ojs.attanwir.ac.id/index.php/jmpi/article/view/60>.
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). "Social Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing Literature." *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177-1190. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>.
- Anisa, Z., & Saparudin, S. (2022). Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, dan Tahfiz Al-Qur'an. *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam*, 16(1), 49-64. <https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191>.
- Asror, M. K. (2020). Strategi Pengembangan Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multi Kasus di SMK Assa'adah dan MA Assa'adah, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik), *Tesis, Malang: UIN Maliki Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/16010/>.
- Asror, M. K. (2020). Strategi Pengembangan Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan Islam: Studi Multikasus di SMK Assa'adah, dan MA Assa'adah Kecamatan Bungah,

- Kabupaten Gresik. *Masters thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.* <http://etheses.uin-malang.ac.id/16010/>.
- Bahri, S. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Barney, J.B. (2000), "Firm resources and sustained competitive advantage", Baum, J.A.C. and Dobbin, F. (Ed.) *Economics Meets Sociology in Strategic Management (Advances in Strategic Management, Vol. 17)*, Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 203-227. [https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(00\)17018-4](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17018-4).
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Deming, W. E. (1986). Principles for Transformation. *Out of the Crisis*, 18, 96. MIT Press.
- Fadhli, M., Salabi, A. S., Siregar, F. A., Lubis, H., & Sahudra, T. M. (2023). Higher Education Marketing Strategy: Comparative Study of State Islamic Universities and State Universities. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 11(3), 791-810. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v11i3.896>.
- Galani, Rasyid Anwar (2019) Strategi humas Dalam Membangun Citra Positif Sekolah Luar Biasa: Studi Kasus pada Sekolah Luar Biasa Negeri Kota Batu. *Masters Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/14238/>.
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurdi, M. S. (2023). Urgensitas Pendidikan Islam Bagi Identitas Budaya (Analisis Kritis Posisi Efektif Pendidikan Sebagai Pilar Evolusi Nilai, Norma, Dan Kesadaran Beragama Bagi Generasi Muda Muslim). *Indonesian Journal of Religion Center*, 1(3), 169-189. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJRC/article/view/131>.
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Harvard University Press.
- Maesaroh, N., & Achdiani, Y. (2017). Tugas dan Fungsi Pesantren di Era Modern. Sosietas: *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1). <https://doi.org/10.17509/sosietas.v7i1.10348>.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. and Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*. Third Edit. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE Publications, Inc.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. New York: Free Press.
- Moleong, J. L. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

-
- Munandar, A., Putri, Y. A., Marfuah, T. S., & Rulbadiyah, R. (2023). Implementasi Evaluasi Program Pendidikan Islam: Analisis Peran, Bentuk dan Kendala Kepala Sekolah. *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 4(2), 344-355. <https://doi.org/10.53802/fitrah.v4i2.585>.
- Nasution, Z. (2010). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., & Wright, P. (2014). *Ebook: Fundamentals of Human Resource Management*. McGraw Hill.
- Qoryah, S., Rosyida, F. A., & Nur, M. A. (2024). Strategi Optimalisasi Manajemen Humas Sebagai Sumber Informasi Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(4), 969-978. <https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/277>.
- Reddi, C. N. (2019). *Effective public relations and media strategy*. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). Peran Media Sosial dalam Mendukung Implementasi Manajemen Humas Sekolah. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 613-624. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/48702>.
- Wirabhakti, A. (2023). Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *NIZĀMULILMI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 20-27. <https://doi.org/10.1042/nizamulilmi.v8i1.195>.