

STRATEGI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMANFAATKAN *CYBER* MADRASAH UNTUK MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH (MTsN 1 Yogyakarta)

¹Nisa Rahma Alimah, ²Bunga Maharani, ³Ersa Nurhaliza, ⁴Renaldi Syaiful Rahman,
⁵Nurul Arfinanti

¹Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia

E-mail: ¹nisarabmaalimah2020@gmail.com, ²bungamaharani2107@gmail.com,
³normanknight2125@gmail.com, ⁴ersanurhaliza030603@gmail.com, ⁵nurularfi@gmail.com

Received: 13 Agustus 2025

Revised: 28 Oktober 2025

Aproved: 6 November 2025

Abstract

This research is motivated by the era's advancements through online activities in providing public services and information. Today, the education sector is required to adapt to the ever-evolving and increasingly sophisticated developments. Therefore, public relations (PR) management must also keep pace with these changes to remain competitive and not fall behind other institutions. The study aims to analyze PR management strategies in utilizing the digital platform *Cyber Madrasah* to enhance the school's image, focusing on MTsN 1 Yogyakarta. The research employs a qualitative descriptive method, with data collection techniques including semi-structured interviews, observations, and documentation. Data analysis follows the Miles and Huberman model, encompassing data collection, reduction, presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that the implemented PR strategies involve the use of social media, *websites*, and video platforms like YouTube as communication tools to promote the school's flagship programs, student achievements, and Madrasah activities. The utilization of digital technology has successfully enhanced transparency, the Madrasah's reputation, community engagement, and the interest of prospective students in MTsN 1 Yogyakarta as an innovative and relevant educational institution. Moreover, periodic evaluations of PR strategies highlight the effectiveness of public relations management in maintaining the positive image and reputation of the Madrasah in the digital era.

Keywords: *Management, Public Relation, Cyber Madrasah, Social Media, School Image*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan zaman melalui aktivitas online dalam memberikan layanan dan informasi publik. Saat ini, dunia pendidikan diharuskan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman yang terus meningkat dan semakin maju. Oleh karena itu, manajemen hubungan masyarakat (Humas) juga perlu mengikuti perkembangan tersebut agar tetap kompetitif dan tidak kalah bersaing dengan lembaga lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen Humas dalam memanfaatkan *platform* digital *Cyber Madrasah* untuk meningkatkan citra sekolah, dengan fokus pada MTsN 1 Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas yang diterapkan melibatkan pemanfaatan media sosial, situs web, dan *platform* video seperti YouTube sebagai alat komunikasi untuk memperkenalkan program unggulan sekolah, prestasi siswa, serta kegiatan Madrasah. Pemanfaatan teknologi digital ini berhasil meningkatkan transparansi, reputasi Madrasah, keterlibatan masyarakat, dan minat calon siswa terhadap MTsN 1 Yogyakarta sebagai Madrasah pilihan yang inovatif dan relevan. Selain itu, evaluasi berkala terhadap strategi humas menunjukkan efektivitas manajemen hubungan masyarakat dalam menjaga citra dan reputasi positif Madrasah di era digital.

Keywords: *Manajemen, Hubungan Masyarakat, Cyber Madrasah, Media Sosial, Citra Sekolah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan (Putri, 2023). Lembaga pendidikan dituntut untuk tidak hanya memberikan layanan pembelajaran yang berkualitas tetapi juga membangun citra positif di mata masyarakat. Branding image sangat penting dilakukan untuk membangun citra lembaga dan juga untuk memperoleh kepercayaan masyarakat (Fitrianingsih & Mukhibat, 2023). Dalam konteks ini, manajemen hubungan masyarakat (Humas) menjadi komponen penting untuk menjembatani kebutuhan masyarakat dengan visi dan misi lembaga pendidikan. Manajemen Humas berperan dalam mengelola komunikasi strategis dan menciptakan persepsi positif terhadap sekolah melalui berbagai program dan media. Manajemen Hubungan Masyarakat bertanggung jawab dalam mengelola aspirasi, masalah, dan kritikan terkait citra sekolah (Eferi, 2015). Secara implisit, Efendi et al. (2009) menyatakan bahwa praktik hubungan masyarakat memiliki tiga fungsi terkait opini publik yaitu (1) mengetahui dan mengevaluasi pendapat umum yang relevan dengan organisasi; (2) memberikan nasihat kepada eksekutif tentang cara menghadapi pendapat umum; (3) menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum. Dengan demikian, manajemen hubungan masyarakat berperan sentral dalam memastikan citra dan kualitas lembaga pendidikan tetap mendapatkan perhatian masyarakat dan mengalami perubahan positif. Proses ini dimulai dari perencanaan program, pelaksanaan, dan evaluasi (Maskur, 2018).

Era digitalisasi merupakan tantangan nyata yang akan di hadapi oleh lembaga pendidikan saat ini, ditandai dengan kemajuan teknologi yang mendorong peningkatan kualitas. Hal ini berdampak pada terjadinya perubahan signifikan dalam aspek sosial dan budaya di lingkungan sekolah (Hermansyah, 2021). Digitalisasi di sektor pendidikan menuntut lembaga pendidikan untuk beradaptasi dengan cara baru dalam mengelola hubungan dengan masyarakat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah branding *Cyber Madrasah*. Berdasarkan *webisitenya*, *Cyber Madrasah* merupakan hal inisiatif yang didorong oleh Kementerian Agama untuk mendukung digitalisasi Madrasah sebagai respon terhadap kebutuhan zaman. Dalam konteks ini, MTsN 1 Yogyakarta memanfaatkan *Cyber Madrasah* untuk menyampaikan informasi, mempromosikan kegiatan, serta berinteraksi dengan masyarakat secara lebih luas dan efektif. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang modern, berkualitas, dan relevan.

Proses untuk meningkatkan citra sekolah sangat bergantung pada peran manajemen humas yang krusial. Citra yang positif akan terwujud dengan adanya manajemen humas yang baik. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Thoha & Jannah (2019) menyatakan bahwa pengaturan hubungan masyarakat yang baik akan menjadi kontribusi baik terhadap naiknya citra

lembaga sekolah. Humas bertugas menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan dan keunggulan sekolah kepada publik, yang akan menciptakan kepuasan masyarakat. Namun, penelitian oleh Noviantiaini & Harmonika (2021) mengungkapkan bahwa MAN 2 Lombok Timur menghadapi tantangan berupa ketidakpuasan publik internal terhadap kinerja humas. Kepuasan kerja adalah perilaku puas atau tidak puas yang dimiliki karyawan terhadap pekerjaannya berupa pengalaman diperlakukan dengan baik dan adil yang ditunjukkan dengan rasa senang, emosi yang positif terhadap pekerjaan, produktivitas yang meningkat dan penghargaan terhadap pekerjaan (Amran & Rohendi, 2017). Setiap individu yang terlibat didalamnya akan bersama-sama berusaha menciptakan kondisi kerja yang ideal agar tercipta suasana yang mendukung bagi upaya pencapaian tujuan yang diharapkan (Nurdin & Rohendi, 2016)).

Penelitian yang dilakukan oleh Eferi (2015) menunjukkan bahwa media yang digunakan oleh humas di SMA Negeri 5 Lubuklinggau untuk publikasi terdiri dari dua kategori: media internal dan media eksternal. Media internal mencakup papan informasi, papan foto, kotak saran, bulletin sekolah, spanduk, serta pertemuan tatap muka. Sementara itu, media eksternal meliputi media elektronik seperti televisi dan radio, serta pembaruan di situs web. Media cetak yang digunakan termasuk surat kabar seperti Linggau Pos, Musirawas Pos, Pat Pitulai Pos, Sumatra Ekspres, dan Sriwijaya Pos, serta brosur dan leaflet. Pada penelitian ini menggunakan pemanfaatan *Cyber Madrasah* yang terintegrasi dengan media sosial dapat menjadi pendekatan yang strategis untuk meningkatkan citra sekolah. Dengan mengoptimalkan komunikasi digital melalui *platform Cyber Madrasah* dan medsos, sekolah dapat menunjukkan keunggulan, transparansi, dan inovasi yang dimilikinya kepada masyarakat. *Platform* seperti Facebook, Instagram, dan TikTok telah menjadi alat penting bagi sekolah untuk mempromosikan kegiatan, berbagi prestasi siswa, dan berinteraksi dengan orang tua serta masyarakat. Media sosial tidak hanya memungkinkan penyebaran informasi yang cepat tetapi juga memberikan ruang bagi umpan balik langsung dari publik (Qadri, 2020). Hal ini menciptakan dua arah komunikasi yang lebih interaktif. Terdapat juga *webisite* sekolah berfungsi sebagai pusat informasi resmi yang menyediakan berbagai data penting, mulai dari kurikulum, profil sekolah, hingga berita terbaru. *Webisite* yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kredibilitas sekolah dan menjadi sumber informasi utama bagi calon siswa dan orang tua.

Dalam hal ini Madrasah di Indonesia, termasuk MTsN 1 Yogyakarta, semakin menyadari pentingnya strategi hubungan masyarakat (humas) yang efektif untuk meningkatkan citra sekolah. Salah satu pendekatan yang diambil adalah memanfaatkan *Cyber Madrasah*. Visi dan misi MTsN 1 Yogyakarta berfokus pada pengembangan pendidikan yang berkualitas dengan mengedepankan kegiatan keagamaan dan akademik. Dalam konteks humas, penting untuk membangun komunikasi yang baik, baik di dalam maupun di luar lingkungan madrasah. Artikel ini akan membahas lebih

dalam mengenai strategi manajemen hubungan masyarakat dalam memanfaatkan *Cyber Madrasah* untuk meningkatkan citra sekolah di MTsN 1 Yogyakarta.

KAJIAN TEORI

Manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan suatu proses strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan yang positif antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pendidikan, manajemen humas melibatkan langkah-langkah perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi program-program yang berfokus pada interaksi sosial lembaga, dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang ada (Julianti, 2021). Berdasarkan penelitian Satria et al. (2019) menunjukkan bahwa SMPN 15 Malang menerapkan beberapa langkah dalam perencanaan humas, yaitu (1) perencanaan humas melibatkan seluruh elemen di lingkungan sekolah; (2) proses perencanaan memiliki fungsi, tujuan, dan sasaran yang dibahas dalam rapat kegiatan sekolah; (3) program humas dijalankan melalui kolaborasi antara sekolah dengan stakeholder pendidikan, orang tua, dan masyarakat, mencakup kegiatan internal dan eksternal. Secara keseluruhan, program-program ini dirancang untuk meningkatkan mutu sekolah dalam menghadapi persaingan dengan institusi pendidikan unggulan lainnya. Perencanaan yang baik dan terperinci akan memudahkan sekolah dalam mencapai tujuan yang diharapkan di masa depan.

Dalam dunia pendidikan, humas bertanggung jawab menciptakan mutu sekolah untuk meningkatkan citra positif melalui pengelolaan informasi, komunikasi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk siswa, orang tua, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Penting untuk dicatat bahwa hubungan masyarakat merupakan elemen krusial dalam organisasi yang bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan komunikasi yang dijalankan (Supada, 2020). Ada berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk membangun citra publik sekolah, antara lain: (1) Meningkatkan kinerja kepala sekolah serta kualitas pendidikan dan tenaga pendidik. (2) Mengikutsertakan sekolah dalam berbagai lomba untuk siswa. (3) Membangun jaringan kerja dengan orang tua dan masyarakat. (4) Meningkatkan layanan akademik dan non-akademik yang berkualitas. (5) Memiliki peringkat akreditasi yang baik (Ningsih, 2022).

Dalam penelitian ini, humas menjalankan tugasnya dengan memanfaatkan *Cyber Madrasah* yang didorong oleh Kementerian Agama untuk mendukung digitalisasi Madrasah sebagai respon terhadap kebutuhan zaman. *Cyber Madrasah* adalah *platform* digital yang mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran berbasis Madrasah. Fitur utamanya meliputi e-learning, manajemen akademik online, dan komunikasi interaktif antara guru, siswa, dan orang tua. Menurut (Sugiyono, 2017), penggunaan teknologi dalam pendidikan dapat meningkatkan efektivitas sekaligus pembelajaran menjadi alat promosi bagi institusi.

Citra sekolah adalah sebuah penilaian seseorang terhadap suatu lembaga ataupun organisasi sesuai dengan pengamatan maupun pengalaman seseorang sehingga muncul kesan yang baik atau buruk dan berpengaruh pada lembaga tersebut (Yuningsih et al., 2020). Upaya meningkatkan citra sekolah dengan memanfaatkan *Cyber Madrasah* melalui media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat tetapi juga memberikan ruang bagi umpan balik langsung dari publik. Pemanfaatan *Cyber Madrasah* oleh MTsN 1 Yogyakarta, dengan dukungan strategi manajemen hubungan masyarakat yang efektif, merupakan langkah strategi untuk meningkatkan citra sekolah. Dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam pengelolaan sekolah, Madrasah dapat memberikan pengalaman pendidikan yang relevan dengan kebutuhan zaman sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana peneliti mendeskripsikan dan menganalisis strategi manajemen hubungan masyarakat dalam memanfaatkan *Cyber Madrasah* untuk membangun citra sekolah. Penelitian ini dilaksanakan di MTsN 1 Yogyakarta terletak di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini yaitu Guru BK di MTsN 1 Yogyakarta selaku waka hubungan masyarakat yang ada di sekolah tersebut. Subjek penelitian sebagai informan digunakan untuk memperoleh informasi terkait bagaimana strategi yang dilakukan oleh hubungan masyarakat dalam pemanfaatan *Cyber Madrasah* untuk membangun citra sekolah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara yang berpedoman pada serangkaian pertanyaan terbuka. Pendekatan ini memungkinkan munculnya pertanyaan baru berdasarkan jawaban narasumber, sehingga proses wawancara dapat menggali informasi secara lebih mendalam selama sesi berlangsung (Alijoyo et al., 2021). Pokok bahasan wawancara mengenai bagaimana subjek penelitian memanfaatkan *Cyber Madrasah* sebagai wujud strategi humas untuk meningkatkan citra sekolah. Observasi dengan peneliti mendatangi Madrasah dan melakukan pengamatan langsung terkait manajemen humas serta dokumentasi berupa beberapa akun, hasil publikasi kegiatan ataupun yang lainnya.

Analisis penelitian dilakukan dengan cara menganalisis hasil wawancara. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Miles & Huberman (1992), yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Sugiyono, 2019). Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan empat tahapan yaitu kredibilitas, transferabilitas, depedenabilitas dan komfirmabilitas (Sugiyono, 2019). Pada uji kredibilitas, peneliti menerapkan triangulasi waktu dengan melakukan pengecekan melalui wawancara, observasi, atau metode lainnya pada waktu dan

situasi yang berbeda. Proses ini dilakukan secara berulang hingga diperoleh data yang valid. Peneliti melakukan pengumpulan data pada waktu pagi dan siang hari. Kemudian pada uji transferabilitas, dalam hal ini peneliti akan menyajikan hasil penelitian secara rinci, jelas, dan sistematis. Dalam uji dependabilitas, peneliti akan berdiskusi dengan pembimbing untuk meminimalkan kesalahan dalam penyampaian hasil penelitian maupun dalam pelaksanaan proses penelitian. Terakhir uji konfirmabilitas, pada tahap ini peneliti akan mengkonfirmasi kembali jawaban wawancara kepada subjek penelitian.

HASIL/TEMUAN

Hasil wawancara ini memberikan penjelasan yang menarik tentang bagaimana manajemen humas memanfaatkan *Cyber* Madrasah guna meningkatkan citra sekolah. Dengan pemanfaatan *cyber* madrasah melalui media sosial yang memudahkan humas dalam menjalankan perannya. Mulyono (2021), dengan adanya media sosial memberikan berbagai manfaat bagi kehidupan manusia, termasuk dalam lembaga pendidikan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, manajemen humas yang ada di MTsN 1 Yogyakarta telah melakukan tugasnya dengan baik tanpa adanya hambatan. Pemanfaatan *Cyber* Madrasah pada sekolah tersebut berjalan sesuai perencanaan humas, sehingga citra sekolah meningkat. Terbukti dengan banyaknya orang tua mendaftarkan anaknya ke MTsN 1 Yogyakarta.

Manajemen hubungan masyarakat dikatakan baik jika dapat membangun komunikasi yang efektif antara internal maupun eksternal (Zehroh, 2020). Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 1 Yogyakarta memiliki komitmen dalam membangun komunikasi baik internal maupun eksternal. Komunikasi internal melibatkan siswa, orang tua, guru, serta pegawai Madrasah untuk memastikan tercipta keharmonisan yang mendukung kelancaran kegiatan di Madrasah. Sementara itu, komunikasi eksternal berfokus pada pemberitaan kepada masyarakat luas.

Di MTsN 1 Yogyakarta ini sendiri, Manajemen Hubungan Masyarakat terdiri dari lima anggota. Setiap anggota memiliki peran masing-masing untuk memastikan bahwa Madrasah dapat menonjolkan kegiatan keagamaan dan pendidikan yang berbeda dari sekolah lain. Beberapa kegiatan yang baru saja dilaksanakan meliputi, pengajian akbar, upacara bendera PHBI, dan mukadimah Al-Qur'an. Selain itu, tim humas juga berkolaborasi dengan berbagai instansi luar dan masyarakat untuk memperkuat jaringan serta meningkatkan citra Madrasah. Hal ini diwujudkan dalam bentuk kerja sama dengan instansi pemerintah, studi tiru dengan sekolah lain, serta MoU dengan sekolah-sekolah lanjutan untuk memberikan informasi mengenai jenjang pendidikan yang dapat ditempuh oleh siswa kelas 9.

Dalam menjalankan tugasnya, MTsN 1 Yogyakarta juga membangun komunikasi dan pemberitaan kepada masyarakat luas. Dalam hal ini, Kementerian Agama telah menggalakkan digitalisasi Madrasah melalui edaran dari Kanwil Kementerian Agama DIY mengenai "*Cyber Madrasah*". Setiap Madrasah diharuskan untuk memiliki program terkait digitalisasi, MTsN 1 Yogyakarta sendiri telah membentuk tim publikasi yang bertugas untuk mengelola semua kegiatan dan informasi yang ada. Tim ini bertanggung jawab untuk menyajikan berita terkini melalui berbagai *platform* digital, seperti youtube, *webisite* sekolah, media sosial, flayer dan media cetak.

Penggunaan media digital dalam *Cyber Madrasah* terbukti efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka di MTsN 1 Yogyakarta, seperti terlihat dari jumlah siswa yang terus meningkat setiap tahun. Dengan memanfaatkan media digital dalam *Cyber Madrasah* seperti YouTube, Instagram, Facebook dan lain sebagainya sebagai alat penyiaran informasi maupun berita (Humardhiana et al., 2021). Sehingga membuat seluruh masyarakat Indonesia tahu terkait informasi yang ada di MTsN 1 Yogyakarta. Di MTsN 1 Yogyakarta, media digital memiliki peran penting dalam menunjang tugas kehumasan, termasuk dalam merespons komentar dari masyarakat (Rahma, 2024). Kontak person tersedia untuk melayani pertanyaan langsung dari masyarakat, sementara komentar di media sosial seperti Instagram ditangani oleh admin yang bertugas. Dalam tim publikasi yang terdiri dari 18 orang, setiap anggota memiliki tanggung jawab spesifik, seperti mengelola Instagram, TikTok, Facebook, dan *webisite*. Kepala Madrasah berperan sebagai pengamat dalam tim ini. Tim publikasi juga berada di bawah naungan Humas, yang memiliki cabang kegiatan beragam, menjadikan Humas sebagai inti penggerak tim publikasi.

Pelatihan khusus untuk tim publikasi dilakukan setiap tahun, tergantung pada program tahunan yang disusun. Narasumber yang diundang biasanya merupakan penulis, editor berita, atau redaktur koran. Agenda rutin lainnya adalah temu jurnalis, yang memperkuat kompetensi tim dalam memproduksi konten berkualitas. Hambatan yang dihadapi tim publikasi lebih terkait dengan pengelolaan banyak cabang tugas di bawah Humas. Meskipun Humas menjadi inti dari tim publikasi, anggota tim seringkali memiliki tanggung jawab tambahan di luar Humas. Publikasi sendiri sudah dimulai sejak lama, jauh sebelum pandemi COVID-19 pada 2020, menunjukkan komitmen Madrasah dalam menyebarkan informasi secara konsisten.

Evaluasi terhadap kegiatan kehumasan dilakukan melalui rapat setelah setiap kegiatan selesai dilaksanakan (Thoha et al., 2019). Secara umum, evaluasi global dilakukan dalam rapat dinas dengan membahas kekurangan, keberhasilan, serta langkah ke depan yang perlu diambil berdasarkan analisis SWOT. Evaluasi ini menjadi bagian penting dari laporan tahunan Madrasah. Meski begitu, hingga saat ini, MTsN 1 Yogyakarta tidak pernah mengalami kasus yang memerlukan klarifikasi

publik atau memengaruhi citra Madrasah secara negatif, menunjukkan keberhasilan Humas dalam menjaga reputasi Madrasah.

PEMBAHASAN

Meningkatnya citra sekolah di mata masyarakat sejalan dengan efektifnya strategi manajemen humas yang dilakukan di MTsN 1 Yogyakarta. Membangun komunikasi yang baik antara internal dan eksternal juga penting supaya informasi yang disampaikan diluar sesuai dengan kondisi dan kegiatan yang sebenarnya di dalam sekolah (Sulhan, 2017). Jika komunikasi internal tidak terjalin dengan baik, meskipun kegiatan humas berjalan dengan baik, informasi yang disampaikan kepada publik bisa jadi tidak akurat (hoaks) atau tidak mencerminkan kenyataan yang ada. Oleh karena itu, pentingnya menjaga dan membangun komunikasi antara internal dan eksternal untuk menghindari hal tersebut (Yilfiana et al., 2021).

Membangun komunikasi yang baik, MTsN 1 Yogyakarta memiliki anggota humas sebanyak 5 orang, yang memiliki peran dalam mempublikasi kegiatan yang ada di Madrasah. Selain mempublikasi kegiatan di Madrasah, humas juga menjalin dan mempererat hubungan dengan berbagai instansi luar untuk meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat. Menjalin hubungan dengan berbagai instansi guna membangun relasi serta menjadi media kerjasama ketika Madrasah menyelenggarakan sebuah acara. Di era sekarang, Kanwil Kementerian Agama DIY telah meluncurkan terobosan baru di mana setiap Madrasah harus mempunyai digitalisasi, dengan itu terciptanya *Cyber Madrasah* dapat membantu dalam pembentukan citra sekolah.

Cyber Madrasah merupakan sebuah terobosan yang mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran Madrasah. Selain dalam pembelajaran, *Cyber Madrasah* juga dapat digunakan untuk menyebarkan kegiatan, acara, informasi dan berita melalui berbagai media digital. Sehingga dengan adanya *Cyber Madrasah* dapat memudahkan peran humas dalam menyebarkan informasi berbasis online, yang berguna untuk memperkenalkan MTsN 1 Yogyakarta ke masyarakat luas. Hal tersebut akan berdampak pada citra sekolah MTsN 1 Yogyakarta. Dalam menjalankan tugasnya, humas memanfaatkan *Cyber Madrasah* melalui berbagai platform seperti youtube, *webisite*, media sosial dan media cetak, untuk meningkatkan citra MTsN 1 Yogyakarta. Digitalisasi MTsN 1 Yogyakarta sendiri telah membentuk tim publikasi yang bertugas untuk mengelola informasi dan semua kegiatan yang ada di Madrasah. Tim ini bertanggung jawab untuk menyajikan berita terkini melalui berbagai *platform* digital, yaitu:

1. Youtube

Media Youtube merupakan platform yang dapat digunakan oleh sekolah baik dalam pembelajaran maupun dalam ajang promosi sekolah. Youtube mempunyai berbagai fitur

yang luar biasa, dimana seseorang dapat memposting suatu video yang dapat ditonton oleh semua orang dimanapun dan kapanpun. Melalui video di youtube, profil atau kegiatan sekolah dapat diperkenalkan, kegiatan sekolah dapat dipublikasikan, kegiatan ekstrakurikuler, dan video pembelajaran juga dibagikan (Siregar, 2024). Dalam *platform* ini humas dapat mempublikasikan berita terbaru mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh MTs N 1 Yogyakarta berupa video yang kreatif dan menarik.

Platform ini dapat diakses oleh masyarakat luas, sehingga calon siswa atau orangtua siswa MTs N 1 Yogyakarta memiliki gambaran terhadap sekolah tersebut baik dari kegiatan akademik maupun non-akademik dan akses ini cukup mudah dengan mengetik "MTsN 1 Yogyakarta" di YouTube, masyarakat bisa menemukan berbagai berita terbaru. Channel media youtube MTs N 1 Yogyakarta merupakan media yang paling terupdate dibandingkan dengan media sosial lainnya. Sehingga MTsN 1 Yogyakarta memaksimalkan dalam memposting video-video kegiatan sekolah serta membuat judul dan kata-kata yang menarik untuk meningkatkan jumlah penonton. Hal tersebut dapat menjadi ajang promosi atau memberitahu kepada dunia luar, bahwa MTsN 1 Yogyakarta mempunyai kegiatan-kegiatan yang bermutu, sehingga menarik dan meyakinkan masyarakat bahwa sekolah ini memiliki kualitas dan keunggulan.

2. *Website* Sekolah

Media digital yang harus dimiliki di setiap sekolah di era sekarang adalah *website* sekolah. *Website* sekolah merupakan sebuah *platform* yang dikelola oleh pihak sekolah dimana berisi informasi tentang sekolah tersebut serta menampilkan dan memperkenalkan profil sekolah. *Website* yang dimiliki MTsN 1 Yogyakarta sangat aktif dan menyediakan informasi terkini. Dengan hanya mengetik "MTsN 1 Yogyakarta" di Google, pengguna dapat menemukan berbagai berita terbaru. *Website* MTsN 1 Yogyakarta menyajikan berbagai informasi tentang sekolah, seperti profil yang mencakup visi dan misi, kurikulum, informasi kelembagaan, data kepegawaian, serta program-program sekolah. Keberadaan *website* ini menjadi salah satu bentuk nyata peran Humas. Sebagai pengelola, Humas memanfaatkan *website* sekolah sebagai media utama untuk menyampaikan informasi, menjalin komunikasi, dan mempromosikan sekolah kepada stakeholder (Kirana & Haq, 2021).

Website sekolah merupakan bagian penting dari sistem informasi manajemen (SIM) yang dapat dimanfaatkan sebagai media penghubung antara sekolah dengan masyarakat. Dengan mengakses *website* sekolah, masyarakat akan mengetahui berbagai informasi terkait sekolah. Informasi yang diberikan harus berdasarkan data yang akurat, jelas, *up to date*, tepat

pada waktunya dan relevan. *Website* sekolah yang informatif dan kreatif dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat. Selain itu, *website* tersebut perlu bersifat interaktif dan dinamis agar dapat menambah wawasan serta memperkuat eksistensi sekolah. Dengan terjalinnya hubungan yang harmonis dengan masyarakat, kepercayaan terhadap sekolah pun akan meningkat. Dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya citra sekolah. Tugas hubungan masyarakat dengan mengelola *website*, memasukkan informasi sekolah, memberikan umpan balik kepada masyarakat yang bertanya. Sehingga manajemen hubungan masyarakat akan terlaksana dengan baik.

3. Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* online untuk memudahkan penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Purbohastuti, 2017). Pendapat lain menurut Keller & Kotler (2016) media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan audio. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai jaringan online yang memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi secara virtual antar penggunanya. Media sosial juga berperan penting bagi humas dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi, seperti informasi pendidikan, kepada masyarakat (Imami & Nunuk, 2021). Menurut Romadhona & Rifqi (2022) fungsi media sosial yang efektif dalam mendukung peran manajemen humas sekolah, yaitu (1) Media sosial merupakan media komunikasi dan informasi, (2) Media sosial sebagai media promosi, (3) Media branding. Dengan berbagai fitur-fitur yang menarik tersebut, membuat media sosial semakin banyak digemari oleh masyarakat di masa sekarang (Wahyuni & Febrina Ernungtyas, 2020). MTsN 1 Yogyakarta juga memiliki dan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram dan tiktok. Dengan hal tersebut sebuah informasi dapat tersebar dengan cepat dan luas.

Oleh karena itu, humas memanfaatkan media sosial sebagai media marketing yang membantu calon peserta didik mengetahui sekolah, karena kemudahan akses yang diperoleh terutama dengan daerah jauh dari lokasi. Dengan media sosial yang dikelola oleh humas dengan mengunggah konten-konten menarik terkait MTsN 1 Yogyakarta dapat sebagai ajang promosi, sehingga masyarakat luas mengetahui tentang Madrasah dan mengetahui semua keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Hal tersebut akan berdampak pada masyarakat yang akan memberikan kesan positif sehingga dapat meningkatkan citra Madrasah di mata masyarakat. Sekolah membutuhkan citra yang baik agar dapat

membentuk persepsi positif di masyarakat. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan dan minat masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan di sekolah (Farizal et al., 2021).

4. Flayer dan Media Cetak

Selain media digital, *MTsN 1 Yogyakarta* juga menggunakan flayer dan materi cetak lainnya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media cetak bisa berupa brosur, koran, majalah dan tabloit. Meskipun media digital paling sering digunakan karena kemudahan untuk mengaksesnya, manajemen humas di *MTsN 1 Yogyakarta* masih menggunakan flayer dan media cetak untuk mempromosikan Madrasah. Hal tersebut dikarenakan masih ada masyarakat yang kurang memahami cara mengakses media digital sehingga media cetak masih digunakan sampai saat ini. Tidak jauh berbeda dengan media digital, media cetak juga sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat luas yang berupa bentuk fisik. Oleh karena itu, tidak menjadi hambatan manajemen humas dalam menjalankan perannya sebagai informator, komunikator dan promotor guna mendapatkan citra baik di masyarakat luas.

Manajemen hubungan masyarakat yang memanfaatkan *Cyber Madrasah* dengan berbagai *platform* memberikan dampak positif pada *MTsN 1 Yogyakarta*. Meningkatnya citra Madrasah hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pendaftar setiap tahun. Banyaknya pendaftar dan keterbatasan lahan serta fasilitas, sekolah lebih mengutamakan kualitas dibandingkan kuantitas dan kenyamanan siswa. Sehingga terdapat seleksi yang ketat untuk dapat menjadi peserta didik di *MTsN 1 Yogyakarta*, sehingga terdapat beberapa jalur dan gelombang masuk pendaftaran di *MTsN 1 Yogyakarta*. Terdapat 3 gelombang pendaftaran dan jalur program unggulan seperti riset robotik, olimpiade, bahasa dan tahfidz serta jalur umum atau reguler. Masing - masing jalur terdapat kriteria khusus yang mengharuskan pendaftar memenuhi kriteria tersebut. Dengan memanfaatkan media digital dalam *Cyber Madrasah* seperti YouTube, Instagram, Facebook dan lain sebagainya sebagai alat penyiaran informasi maupun berita, membuat seluruh masyarakat Indonesia tahu terkait informasi yang ada di *MTsN 1 Yogyakarta*.

Publikasi yang dilakukan mencakup penyebaran informasi mengenai prestasi siswa dan kegiatan Madrasah, misalnya video pendek tentang lomba donor darah serta dokumentasi perjalanan "*MTsN 1 Yogyakarta Goes to Bali*" yang baru saja diunggah ke YouTube. Tim publikasi juga berada di bawah naungan Humas, yang memiliki cabang kegiatan beragam, menjadikan Humas sebagai inti penggerak tim publikasi. Selain itu, guru yang tergabung dalam staf Humas juga memiliki peran ganda, seperti guru BK yang bertugas mendampingi siswa sekaligus terlibat dalam

publikasi. Semua informasi prestasi siswa dibagikan di Instagram, sementara YouTube menampilkan konten-konten terbaru. Publikasi ini mendukung program tahunan Kementerian Agama DIY, seperti "Publikasi Award," di mana Madrasah dinilai berdasarkan total konten digital yang diproduksi, termasuk artikel di *webisite* dan video di YouTube dalam satu tahun.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi manajemen Humas MTsN 1 Yogyakarta dalam memanfaatkan *Cyber Madrasah* terbukti efektif meningkatkan citra sekolah. Melalui integrasi media digital seperti situs web, media sosial, dan materi cetak, Madrasah berhasil membangun reputasi positif dengan publikasi rutin yang menarik perhatian masyarakat. Strategi ini meningkatkan kepercayaan masyarakat, jumlah pendaftar, serta membangun komunikasi dua arah yang transparan. Keberhasilan ini didukung oleh tim Humas yang terorganisasi dengan baik dan evaluasi rutin terhadap publikasi, menjadikan *Cyber Madrasah* sebagai langkah strategis untuk memperkuat citra sekolah di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut strategi Humas melalui *Cyber Madrasah* di MTsN 1 Yogyakarta seperti, penguatan kompetensi tim Humas melalui pelatihan rutin dan melibatkan narasumber profesional untuk menciptakan publikasi yang lebih inovatif, diversifikasi *platform* digital seperti TikTok dan podcast serta integrasi berbagai media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas., memperluas kolaborasi eksternal dengan komunitas, alumni, dan instansi untuk memperkuat program Madrasah., evaluasi dan survei kepuasan masyarakat secara berkala untuk meningkatkan efektivitas strategi Humas. Terakhir, dukungan kebijakan dan infrastruktur dari Kementerian Agama diperlukan untuk memperluas implementasi *Cyber Madrasah*, termasuk peningkatan infrastruktur digital. Dengan ini, MTsN 1 Yogyakarta diharapkan dapat memperkuat citranya dan menjadi model bagi Madrasah lain di Indonesia.

REFERENSI

- Alijoyo, A., Wijaya, B., & Jacob, I. (2021). *Structured or Semi-structured Interviews*. CRMS Indonesia. www.lspmks.-
- Amran, A., & Rohendi, A. (2017). Telaah Hubungan Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Ecodemica*, 1(1), 36–46.
- Efendi, Uchana, & Onang. (2009). *Human Relation and Public Relation*. Mandar Maju.
- Eferi. (2015). *MANAJEMEN BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN CITRA SMA*. 9.
- Farizal, A., Sulisworo, D., & Santosa, A. B. (2021). IMAGE BUILDING THROUGH PUBLIC RELATION MANAGEMENT : A CASE STUDY ON PRIVATE PRIMARY SCHOOL

- IN BANTUL. *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2(1), 29–43.
<https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.2248>
- Fitirianingsih, D. N., & Mukhibat. (2023). STRATEGI BRANDING IMAGE. *EDUMANAGERIAL: Journal of Islamic Education Management*, 02, 14–25.
<https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/edumanagerial> | 14
- Hermansyah. (2021). MANAJEMEN LEMBAGA PENDIDIKAN SEKOLAH BERBASIS DIGITALISASI DI ERA COVID-19. *Jurnal Studi Pendidikan*, 12, 28–46.
<https://doi.org/10.47625>
- Humardhiana, A., Wijayanti, R. I., Syaefudin, M., & Zikrillah, A. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Yang Kreatif Dan Beradab Bagi Generasi Z. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8605>
- Imami, B., & Nunuk, H. (2021). PERAN MANAJEMEN HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT BAGI PENYEDIAAN KEBUTUHAN INFORMASI PENDIDIKAN MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(3), 749–763.
- Julianti, M. (2021). Manajemen Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Bersekolah Di Yayasan Surban MTs Pacet Mojokerto. *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 5(1), 28–37. <https://doi.org/10.33507/cakrawala.v5i1.223>
- Keller, & Kotler. (2016). *Marketing Management 15th edition*. Pearson Education.
- Kirana, F. P., & Haq, M. S. (2021). PERAN HUMAS DALAM PEMANFAATAN WEBSITE SEKOLAH DI MASA PANDEMIC COVID-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(1), 75–86.
- Maskur. (2018). *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*. Deepublish.
- Miles, & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Univeristas Indonesia.
- Mulyono, F. (2021). Dampak Media Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 57–65.
<https://jiped.org/index.php/JSE>
- Ningsih, I. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge. In *JURNAL MAPPESONA Program Studi Manajemen Pendidikan Islam LAIN Bone* (Vol. 5, Issue 1). <http://repository.unijambi.ac.id/16>
- Noviantiaini, R., & Harmonika, S. (2021). Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Lombok Timur. *Jurnal Manajemen Dan Budaya STAI Darul Kamal NW Kembang Kerang*, 1. <https://journal.staidk.ac.id/index.php/mdb>
- Nurdin, S., & Rohendi, A. (2016). GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, DAN KINERJA KARYAWAN DENGAN MEDIASI KOMITMEN ORGANISASI. *Ecodemia*, IV(1), 86–100.
- Purbobastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(2), 212–231.
- Putri, R. A. (2023). Pengaruh Teknologi dalam Perubahan Pembelajaran di Era Digital. *Journal of Computers and Digital Business*, 2(3), 105–111. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i3.233>
- Qadri, M. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK. *Qaumiyyah : Jurnal Hukum Tata Negara*, 49–63.

- Rahma, F. A. (2024). Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 55–64.
<https://doi.org/10.62383/misterius.v1i2.120>
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(3), 613–624.
- Satria, R., Supriyanto, A., Timan, A., & Adha, M. A. (2019). Peningkatan mutu sekolah melalui manajemen hubungan masyarakat. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(2).
<https://doi.org/10.21831/amp.v7i2.26018>
- Siregar, R. S. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI SEKOLAH DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 4 PEKAN BARU*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan Re&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sulhan, A. (2017). MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT SEKITAR DI MA AT-TAHZIB KEKAIT GUNUNGSARI. *Jurnal Penelitian Islam*, 13, 131–151.
- Supada, W. (2020). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN PENCITRAAN POSITIF ORGANISASI. *COMMUNICARE*, 1(1), 92–100.
- Thoha, M., & Jannah, I. N. (2019). PUBLIC RELATION DAN PEMBANGUNAN CITRA AGAMIS (Studi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Membangun Citra Religius di SMPN 1 Pamekasan). *Re-JIEM*, 35–43.
- Wahyuni, P. A., & Febrina Ernungtyas, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Relations di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 10–16.
<https://doi.org/10.33366/jkn>
- Yilfiana, V., Kharisma Putri, S., Jumarni, & Mirna. (2021). Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Masa Pandemi Di SMAN 14 Bobe. *Jurnal MAPPESONA*, 4(2), 66–76.
- Yuningsih, W. F., Kusmintardjo, & Sunarni. (2020). *MEMBANGUN CITRA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN KERJASAMA DENGAN DUNIA USAHA/DUNIA INDUSTRI PADA SMK PGRI 3 MALANG DEVELOPING SCHOOL'S IMAGE TO IMPROVE RELATIONSHIP WITH ENTERPRISE AT SMK PGRI 3 MALANG*.
- Zehroh, F. (2020). *MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI SMK ISLAM BUSTANUL ULUM PAKUSARI JEMBER*. IAIN Jember.