

HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA KEGIATAN HAFLAH IMTIHAN

Mohammad Alfian¹, Abdul Wahid²

Universitas Islam Negeri Madura

[1mohammadalfian42@gmail.com](mailto:mohammadalfian42@gmail.com), [2abdulwahidmphil@gmail.com](mailto:abdulwahidmphil@gmail.com),

ABSTRACT

The problem addressed in this study stems from the low level of participation by the community, parents, alumni, and local leaders in the hafiah imtihan activities at Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan, even though these events have strategic value for the legitimacy of education and the strengthening of social and religious networks. The objectives of this study are to describe the public relations strategies implemented, analyze their impact on participation levels, identify effective local cultural practices, and formulate evidence-based public relations policy recommendations. The research employs a qualitative approach with a case study design through in-depth interviews, participatory observation, and document analysis, analyzed interactively following the Miles, Huberman, and Saldaña model to obtain credible and contextual findings. The results of the study show that public relations strategies combine conventional approaches (visiting community leaders, physical invitations, and announcements through mosques) and digital approaches (WhatsApp, Instagram, and YouTube), which synergistically increase community participation by around 30% compared to the previous year. The integration of local cultural practices such as blessings, hadrah, and the involvement of religious leaders proved to strengthen the legitimacy and emotional attachment of residents to the madrasah. This communication model, which combines digital innovation and local traditions, is effective in building the madrasah's image as an adaptive institution rooted in community values, making it a relevant reference for Islamic educational institutions based on pesantren.

Keywords: community participation, local culture, public relations

ABSTRAK

Permasalahan penelitian ini berangkat dari rendahnya partisipasi masyarakat, orang tua, alumni, dan tokoh lokal dalam kegiatan hafiah imtihan di Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan meskipun acara tersebut memiliki nilai strategis bagi legitimasi pendidikan dan penguatan jejaring sosial-keagamaan. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan strategi humas yang dijalankan, menganalisis pengaruhnya terhadap tingkat partisipasi, mengidentifikasi praktik kultural-lokal yang efektif, serta merumuskan rekomendasi kebijakan humas berbasis bukti. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, dianalisis secara interaktif mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldaña untuk memperoleh temuan yang kredibel dan kontekstual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas mengombinasikan pendekatan konvensional (sowan kepada tokoh masyarakat, undangan fisik, pengumuman melalui masjid) dan digital (WhatsApp, Instagram, YouTube) yang secara sinergis meningkatkan partisipasi masyarakat sekitar 30%

dibandingkan tahun sebelumnya. Integrasi praktik kultural-lokal seperti pemberian berkat, hadrah, dan pelibatan tokoh agama terbukti memperkuat legitimasi dan keterikatan emosional warga terhadap madrasah. Model komunikasi yang memadukan inovasi digital dan tradisi lokal ini efektif membangun citra madrasah sebagai lembaga adaptif sekaligus berakar pada nilai-nilai komunitas, sehingga relevan dijadikan rujukan bagi lembaga pendidikan Islam berbasis pesantren.

Kata Kunci: hubungan masyarakat, partisipasi masyarakat, budaya lokal

A. Pendahuluan

Hubungan masyarakat dalam konteks lembaga pendidikan harus dipahami sebagai rangkaian kegiatan komunikasi strategis yang bertujuan membangun hubungan timbal-balik antara sekolah dan pemangku kepentingan eksternal (community stakeholders). Secara teoritis, pendekatan hubungan masyarakat berbasis dialog dan partisipasi merujuk pada teori *relationship management* yang menekankan pembentukan trust, mutuality, dan involvement sebagai fondasi keterlibatan publik (Owan, Asuquo, & Etudo-Eyor, 2022). Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi menuntut transformasi praktis humas menjadi e-public relations; kepemimpinan yang memfasilitasi pemanfaatan ICT (e-leadership) terbukti meningkatkan efektivitas komunikasi institusi dan pada gilirannya memperbesar dukungan komunitas (Wiyono et al., 2023). Pendekatan teori perilaku berencana

(*Theory of Planned Behavior*) juga relevan: kampanye humas yang efektif dapat membentuk sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sehingga mendorong intensi masyarakat untuk berpartisipasi dalam event pendidikan seperti hafiah imtihan (Al Adwan et al., 2025).

Di banyak madrasah, termasuk konteks Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan, permasalahan nyata adalah rendahnya partisipasi masyarakat, orang tua, alumni, dan tokoh lokal dalam kegiatan formal seperti hafiah imtihan meskipun acara tersebut penting untuk legitimasi pendidikan dan penguatan jejaring. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor: komunikasi informasi yang kurang sistematis, keterbatasan jangkauan media informasi tradisional, serta kurangnya strategi humas yang memadukan komunikasi daring dan luring (Taun, Zagalaz-Sánchez, & Chacón-Cuberos, 2022). Penelitian empiris menunjukkan bahwa bila hubungan masyarakat sekolah hanya

bersifat informatif tanpa menyertakan strategi partisipatoris (mis. undangan personal, pelibatan tokoh lokal, dan komunikasi berbasis manfaat), partisipasi publik cenderung stagnan (Owan et al., 2022). Selain itu, studi lintas-negara mengindikasikan bahwa kampanye *public relations* yang terencana mampu mengubah sikap dan niat tindakan audiens pendidikan menunjukkan peluang besar bila humas madrasah memadukan program kampanye, *storytelling* keberhasilan siswa, dan kanal digital untuk meningkatkan kehadiran (Al Adwan et al., 2025).

Beberapa penelitian terbaru menyorot hubungan antara kapasitas hubungan masyarakat dan keterlibatan komunitas. Owan et al. (2022) menegaskan pentingnya keterampilan hubungan masyarakat kepala sekolah dalam membangun kolaborasi sekolah-komunitas; Taun et al. (2022) menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan dan kemampuan manajerial kepala sekolah memengaruhi efektivitas komunikasi internal dan eksternal; Wiyono et al. (2023) membuktikan bahwa *e-leadership* meningkatkan efektivitas humas dan perbaikan organisasi sekolah; studi-studi MDPI terbaru (Al

Adwan et al., 2025; Phuangsuan et al., 2025) melaporkan bahwa kampanye *public relations* terstruktur secara signifikan memperbaiki kesadaran, sikap, dan intensi keterlibatan audiens di lingkungan pendidikan. Meskipun demikian, gap jelas tampak pada kajian yang spesifik menilai taktik hubungan masyarakat lokal yang disesuaikan dengan tradisi keagamaan dan budaya pesantren misalnya pemanfaatan jaringan pengurus masjid, majelis taklim, dan kanal komunikasi pesantren dalam meningkatkan partisipasi pada acara religius-akademik seperti hafлах imtihan. Novelty penelitian ini terletak pada integrasi strategi humas formal (media sosial, press release) dengan pendekatan kultural-lokal (networking ulama, undangan adat, ritual partisipasi), dan pengukuran outcome partisipasi secara kuantitatif dan kualitatif pada tingkat Madrasah Aliyah di Pragaan Sumenep suatu kombinasi empiris yang masih jarang dikaji dalam literatur 5 tahun terakhir.

Berdasarkan landasan teori, fakta lapangan, dan gap penelitian, tujuan penelitian ini dirumuskan: (1) mendeskripsikan strategi humas yang saat ini dijalankan oleh Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan dalam

konteks haflah imtihan; (2) menganalisis pengaruh strategi hubungan masyarakat (konvensional dan digital) terhadap tingkat partisipasi masyarakat; (3) mengidentifikasi praktik kultural-lokal yang efektif untuk dimasukkan ke dalam rencana hubungan masyarakat madrasah; dan (4) menyusun rekomendasi kebijakan hubungan masyarakat berbasis bukti untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan haflah imtihan. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis pada literatur *relationship management* dan *e-public relations* dalam pendidikan serta implikasi praktis bagi pengelola madrasah untuk merancang program hubungan masyarakat yang lebih responsif, inklusif, dan kontekstual.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus karena bertujuan mengeksplorasi secara mendalam fenomena upaya hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada kegiatan haflah imtihan di Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan, yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan

religius unik sehingga tidak dapat direduksi menjadi data kuantitatif semata. Pendekatan kualitatif relevan untuk memahami makna, persepsi, dan strategi yang dijalankan oleh pelaku humas melalui interaksi langsung dengan partisipan di lingkungan alami (Creswell & Poth, 2018; Saldaña, 2021), sementara desain studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memeriksa kasus tunggal secara intensif dan kontekstual, baik dari segi praktik hubungan masyarakat maupun respon komunitasnya (Yin, 2018). Lokasi penelitian dipilih secara purposive di Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan dengan pertimbangan bahwa madrasah ini rutin menyelenggarakan haflah imtihan sebagai agenda tahunan, namun menghadapi tantangan partisipasi masyarakat yang fluktuatif, sehingga menjadi locus ideal untuk mengkaji peran humas dalam setting pendidikan berbasis pesantren yang memadukan tradisi akademik dan budaya lokal (Rahman et al., 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada kepala madrasah, staf hubungan masyarakat, guru, komite sekolah,

dan perwakilan masyarakat; observasi partisipatif selama proses perencanaan dan pelaksanaan hafiah imtihan; serta analisis dokumen terkait seperti undangan, press release, arsip media sosial, dan laporan kegiatan, guna memperoleh triangulasi sumber dan metode untuk meningkatkan kredibilitas data (Denzin, 2017; Noble & Heale, 2019). Wawancara mendalam digunakan untuk menggali perspektif dan strategi hubungan masyarakat, observasi partisipatif untuk menangkap dinamika partisipasi secara langsung, sedangkan analisis dokumen memberi konteks historis dan administratif atas pola komunikasi yang digunakan. Analisis data dilakukan secara interaktif mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldaña (2019), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data (menyaring informasi relevan dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen), penyajian data (membuat matriks, diagram, dan narasi tematik), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (membandingkan temuan lapangan dengan kerangka teori dan penelitian terdahulu). Validitas data diperkuat melalui member checking, peer debriefing, dan penggunaan berbagai sumber data untuk memastikan

temuan yang dihasilkan akurat, dapat dipertanggungjawabkan, dan merepresentasikan realitas partisipasi masyarakat secara komprehensif. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman mendalam tentang strategi humas yang efektif dalam konteks madrasah berbasis pesantren, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan Islam.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Strategi Hubungan Masyarakat yang di Implementasikan

Hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan menunjukkan bahwa strategi humas saat ini mengombinasikan komunikasi konvensional dan digital. Pendekatan konvensional meliputi penyebaran undangan fisik, koordinasi langsung dengan tokoh masyarakat, dan pengumuman melalui masjid. Sementara itu, strategi digital memanfaatkan WhatsApp, Instagram, dan YouTube untuk publikasi *poster*, *video teaser*, dan dokumentasi acara sebelumnya. Sebagaimana selaras dengan hasil wawancara dengan kepala madrasah yang mengatakan

bahwa Kami tetap mengutamakan silaturahmi langsung, karena itu budaya masyarakat sini. Tapi anak-anak muda juga harus disentuh lewat media social (Furqon, 2025).

2. Pengaruh Strategi Hubungan Masyarakat Terhadap Partisipasi Masyarakat

Wawancara dengan komite sekolah mengungkapkan bahwa kombinasi strategi konvensional dan digital berdampak pada peningkatan jumlah peserta hafalan imtihan hingga $\pm 30\%$ dibandingkan tahun sebelumnya. Media sosial berhasil menjangkau alumni di luar daerah, sementara undangan tatap muka menggerakkan partisipasi tokoh masyarakat lokal. Kalau tidak diundang langsung, beberapa orang mungkin tidak datang meski lihat di WA. Tapi kalau sudah didatangi, mereka merasa dihargai (Harikah, 2025). Perwakilan masyarakat mengonfirmasi hal tersebut dengan menyebutkan bahwa ajakan langsung menciptakan rasa keterikatan emosional, sedangkan publikasi digital memberikan informasi cepat dan mudah diakses. Guru juga mengakui bahwa publikasi daring memudahkan koordinasi panitia dan mempercepat penyebaran informasi.

Dengan demikian, sinergi kedua metode terbukti memperluas jangkauan partisipasi dan meningkatkan intensitas keterlibatan publik.

3. Praktik Kultural-Lokal yang Efektif

Hasil wawancara menunjukkan bahwa praktik kultural-lokal yang efektif dimasukkan ke dalam strategi humas mencakup tradisi *sowan* (kunjungan langsung), pemberian *berkat* (makanan kemasan) setelah acara, dan pembukaan acara dengan *hadrah* atau shalawat. sebagaimana yang diungkapkan staf humas kalau kita mengundang sambil *sowan*, itu bukan hanya mengundang, tapi menjaga hubungan (Sugito, 2025).

Perwakilan masyarakat menyebut bahwa tradisi ini menjadi sarana mempererat persaudaraan dan memperkuat rasa memiliki terhadap madrasah. Komite sekolah juga menegaskan bahwa mempertahankan unsur lokal membuat acara lebih dekat dengan identitas masyarakat. Guru menambahkan bahwa melibatkan tokoh agama sebagai pengisi acara memberi nilai legitimasi dan menarik minat warga. Integrasi budaya lokal ke dalam strategi humas membantu

mengokohkan dukungan publik dan memastikan partisipasi lintas generasi tetap terjaga (Makmun, 2025).

4. Rekomendasi Kebijakan Hubungan Masyarakat Berbasis Bukti

Berdasarkan temuan, rekomendasi yang disepakati informan mencakup: (a) penguatan tim humas dengan pelatihan desain dan manajemen media sosial, (b) penyusunan kalender komunikasi yang menggabungkan momen keagamaan dan kultural, (c) penyediaan dana khusus untuk publikasi kreatif, dan (d) pelibatan siswa sebagai *content creator* resmi madrasah. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh kepala madrasah, kalau ada tim khusus yang fokus, hasilnya akan lebih maksimal, apalagi kalau ada anggaran khusus (Furqon, 2025).

Staf humas menambahkan bahwa dukungan kebijakan dari pimpinan akan mempermudah pengelolaan strategi jangka panjang. Komite sekolah menyarankan agar publikasi selalu menyertakan narasi nilai kebersamaan dan keberkahan, sesuai dengan kearifan lokal. Perwakilan masyarakat menekankan perlunya menjaga keseimbangan

antara inovasi digital dan tradisi, sehingga seluruh lapisan masyarakat merasa terwakili (Sugito, 2025).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi humas di MA Al Ghazali Pragaan telah mengintegrasikan komunikasi konvensional dan digital. Pendekatan konvensional berupa penyebaran undangan fisik, koordinasi dengan tokoh masyarakat, dan pengumuman melalui masjid memperkuat interaksi sosial yang bersifat personal. Hal ini sejalan dengan temuan Laksmi et al. (2020) yang menegaskan bahwa komunikasi tatap muka masih memegang peran penting dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional di masyarakat yang memiliki nilai kultural tinggi. Di sisi lain, pemanfaatan media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan YouTube memperluas jangkauan informasi dan memungkinkan keterlibatan masyarakat yang berada di luar wilayah. Penelitian Rahmawati & Prabowo (2021) menemukan bahwa media sosial memiliki kemampuan mempercepat distribusi informasi acara sekolah hingga 40% lebih cepat dibandingkan metode konvensional. Korelasi ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi konvensional-

digital tidak hanya relevan tetapi juga sinergis dalam konteks madrasah berbasis komunitas.

Pengaruh nyata dari strategi ini terlihat pada peningkatan partisipasi masyarakat sekitar 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena ini konsisten dengan penelitian Nugroho (2020) yang membuktikan bahwa kolaborasi metode konvensional dan digital dapat meningkatkan tingkat kehadiran kegiatan keagamaan berbasis sekolah hingga 25–35%. Faktor utama keberhasilan adalah personalisasi pendekatan, di mana undangan langsung melalui sowan menciptakan rasa dihargai, sedangkan publikasi digital menyediakan kemudahan akses informasi. Seperti diungkapkan oleh Fitriani et al. (2022), komunikasi yang menggabungkan sentuhan personal dan teknologi digital membentuk *engagement* yang lebih kuat antara lembaga pendidikan dan publiknya.

Integrasi praktik kultural-lokal, seperti sowan, pemberian berkat, dan hadrah, juga memperlihatkan efektivitas tinggi dalam membangun partisipasi lintas generasi. Hal ini mendukung temuan Sari & Fathurrahman (2021) yang menjelaskan bahwa pelibatan nilai-

nilai budaya lokal dalam kegiatan sekolah dapat meningkatkan partisipasi masyarakat karena memberikan rasa keterikatan identitas. Pada konteks ini, MA Al Ghazali Pragaan tidak hanya memanfaatkan strategi komunikasi tetapi juga memelihara modal sosial (*social capital*) masyarakat, yang menurut Putri & Arifin (2020) merupakan fondasi keberlanjutan partisipasi publik dalam kegiatan keagamaan.

Keterlibatan tokoh agama sebagai pengisi acara terbukti menambah legitimasi dan meningkatkan minat masyarakat. Hasil ini konsisten dengan penelitian Akbar et al. (2022) yang menemukan bahwa tokoh agama memiliki daya tarik sosial dan religius yang mampu memobilisasi massa secara efektif untuk hadir dalam kegiatan berbasis madrasah. Lebih lanjut, pendekatan ini memperkuat citra madrasah sebagai pusat kegiatan keagamaan dan sosial, bukan sekadar institusi pendidikan formal.

Rekomendasi kebijakan humas yang dihasilkan dari penelitian ini seperti pelatihan media sosial, penyusunan kalender komunikasi, alokasi dana khusus, dan pelibatan

siswa sebagai *content creator* secara langsung menanggapi kebutuhan peningkatan kapasitas dan keberlanjutan strategi. Penelitian Kusuma et al. (2021) mengungkapkan bahwa peningkatan kapasitas tim humas melalui pelatihan digital marketing dapat meningkatkan efektivitas promosi kegiatan sekolah hingga 50%. Di sisi lain, penyusunan kalender komunikasi terintegrasi dengan momen budaya dan keagamaan lokal terbukti memperkuat resonansi pesan humas, sebagaimana dibuktikan oleh hasil riset Wulandari (2020), temuan bahwa keseimbangan antara inovasi digital dan pelestarian tradisi lokal menjadi kunci keberhasilan juga mengonfirmasi studi Handayani & Syafitri (2022), yang menunjukkan bahwa ketidakseimbangan dalam penerapan teknologi komunikasi tanpa mempertimbangkan nilai lokal justru dapat menurunkan tingkat partisipasi masyarakat. Dengan demikian, model komunikasi yang diadopsi oleh MA Al Ghazali Pragaan dapat menjadi contoh *best practice* bagi lembaga pendidikan keagamaan di daerah lain yang memiliki basis sosial-budaya serupa.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat konsep *integrated marketing communication* (IMC) dalam konteks humas pendidikan Islam, di mana integrasi kanal komunikasi dan konten berbasis budaya menjadi strategi yang lebih unggul dibandingkan penggunaan satu kanal saja. Temuan ini relevan dengan teori IMC yang diadaptasi oleh Tarmizi & Latif (2021), yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi publik di institusi pendidikan meningkat ketika pesan, media, dan konteks sosial diselaraskan.

Dengan mengacu pada bukti empiris dan kajian terdahulu, strategi humas MA Al Ghazali Pragaan telah menunjukkan relevansi tinggi, efektivitas terukur, dan keberlanjutan berbasis kearifan lokal. Model ini bukan hanya mendukung penelitian terdahulu, tetapi juga memperluas penerapan strategi komunikasi terintegrasi di ranah pendidikan Islam berbasis komunitas. Oleh karena itu, penerapan serupa di lembaga lain berpotensi memberikan hasil positif yang setara, selama mempertahankan keseimbangan antara inovasi digital dan tradisi lokal.

E. Kesimpulan

Strategi humas Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan dalam penyelenggaraan haflah imtihan berhasil memadukan pendekatan konvensional dan digital secara sinergis. Pendekatan konvensional dilakukan melalui sowan kepada tokoh masyarakat, pengumuman lewat masjid, dan penyebaran undangan fisik. Sowan mencerminkan penghormatan sekaligus memperkuat hubungan emosional dengan para tokoh, sedangkan pengumuman di masjid dan undangan fisik membangun rasa kedekatan serta keterlibatan warga. Langkah-langkah ini efektif menumbuhkan rasa memiliki dan dukungan yang kuat dari masyarakat sekitar. Sementara itu, strategi digital digunakan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan efisiensi koordinasi. Pemanfaatan WhatsApp mempermudah komunikasi panitia dan distribusi informasi secara cepat kepada wali murid serta alumni. Instagram berfungsi membangun citra positif dengan membagikan dokumentasi foto dan video yang menarik, sementara YouTube memungkinkan publikasi konten acara yang dapat diakses oleh alumni

maupun simpatisan di luar daerah. Melalui media digital ini, madrasah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan mempererat keterhubungan meskipun secara geografis berjauhan. Kombinasi kedua strategi ini terbukti memberikan hasil signifikan, dengan peningkatan partisipasi masyarakat sekitar 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Keberhasilan ini tidak hanya terletak pada aspek penyebaran informasi, tetapi juga pada integrasi praktik kultural-lokal yang memperkuat identitas madrasah. Tradisi pemberian berkat, pembukaan acara dengan hadrah, dan pelibatan tokoh agama menjadi unsur penting yang menambah legitimasi acara di mata publik. Dengan menggabungkan inovasi teknologi dan kekuatan tradisi, Madrasah Aliyah Al Ghazali Pragaan mampu membangun citra sebagai lembaga yang adaptif sekaligus berakar pada nilai-nilai lokal. Strategi humas ini membuktikan bahwa harmonisasi antara pendekatan modern dan tradisional dapat menghasilkan keterlibatan masyarakat yang lebih luas dan berdampak positif bagi keberlangsungan kegiatan madrasah.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh efektivitas strategi humas berbasis integrasi kultural dan digital di berbagai konteks lembaga pendidikan Islam, terutama pada skala yang lebih luas dan variatif. Penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih presisi dampak strategi humas terhadap partisipasi publik, termasuk analisis korelasi antara jenis media yang digunakan dan tingkat keterlibatan audiens. Selain itu, penting untuk meneliti adaptasi strategi humas di era perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat, khususnya dalam pemanfaatan platform media sosial baru yang lebih interaktif. Di sisi praktis, madrasah perlu mengembangkan tim humas yang terlatih dalam desain, manajemen konten, dan storytelling berbasis kearifan lokal, serta menyusun kalender komunikasi yang mengintegrasikan momen-momen keagamaan dan kultural. Kebijakan anggaran khusus untuk publikasi kreatif juga diperlukan agar kegiatan promosi dapat dilakukan secara konsisten dan profesional. Dengan pendekatan yang terencana, berbasis

bukti, dan peka terhadap budaya lokal, strategi humas di lembaga pendidikan Islam dapat menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan partisipasi dan dukungan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Hidayat, R., & Zulfikar, M. (2022). Peran tokoh agama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada kegiatan madrasah. *Jurnal Pendidikan Madrasah Indonesia*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.24252/jpmi.v8i1.27251>
- Al Adwan, M. N., Hegazy, A., Basha, S. E., Mamdouh, A., ElhAji, M., Alketbi, B., & Fayez, H. (2025). *Investigating the role of public relations campaigns in environment awareness among university students*. *Sustainability*, 17(13), 5675. <https://doi.org/10.3390/su17135675>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/1525822X20978270>
- Fitriani, A., Maulana, H., & Pratiwi, S. (2022). Kolaborasi komunikasi tatap muka dan media sosial dalam meningkatkan engagement publik sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 12(2), 115–127.

- <https://doi.org/10.36706/jp.v12i2.1587>
- Furqon, A.A (2025). Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah Madrasah Aliyah al-Ghazali
- Handayani, D., & Syafitri, L. (2022). Teknologi komunikasi dan nilai lokal: Tantangan partisipasi masyarakat di era digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 17(1), 88–99. <https://doi.org/10.24036/jpmi.v17i1.1228>
- Harikah (2025). Hasil wawancara dengan Ketua Komite Madrasah Aliyah al-Ghazali
- Kusuma, A., Lestari, D., & Putra, A. (2021). Pengaruh pelatihan digital marketing terhadap efektivitas promosi kegiatan sekolah. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 33–42. <https://doi.org/10.21009/jtp.v10i1.16378>
- Laksmi, A. P., Rachmawati, A., & Widodo, T. (2020). Komunikasi tatap muka dalam membangun kepercayaan publik di masyarakat berbasis kultural. *Communication Science*, 3(2), 101–112. <https://doi.org/10.21512/comm.v3i2.6272>
- Makmun, A. (2025). Hasil wawancara dengan Wali Murid Madrasah Aliyah al-Ghazali
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.7202/1059990ar>
- Noble, H., & Heale, R. (2019). Triangulation in research, with examples. *Evidence-Based Nursing*, 22(3), 67–68. <https://doi.org/10.1136/ebnurs-2019-103145>
- Nugroho, S. (2020). Sinergi metode komunikasi konvensional dan digital dalam meningkatkan partisipasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 145–158. <https://doi.org/10.30998/jurnalilkom.v12i2.6587>
- Owan, V. J., Asuquo, M. E., & Etudo-Eyor, E. (2022). *Leadership Styles, Public Relation Skills and School-Community Collaboration: A quantitative analysis of the perception of stakeholders*. *International Journal of Leadership in Education*. <https://doi.org/10.1080/13603124.2022.2045627>
- Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Siripipattanakul, S., & Jaipong, P. (2025). *The impact of community participation in sustainable learning resource development: A case of Bangkok, Thailand*. *Sustainability*, 17(10), 4620. <https://doi.org/10.3390/su17104620>
- Putri, N., & Arifin, Z. (2020). Modal sosial dalam partisipasi masyarakat pada kegiatan keagamaan sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 122–134. <https://doi.org/10.24123/jppi.v6i2.2809>
- Rahman, A., Rahim, S., & Hamid, N. (2021). Community engagement in Islamic education: Case study of pesantren-based schools. *Journal of Islamic Education*, 9(2), 145–158.

- <https://doi.org/10.21093/ije.v9i2.3915>
- Rahmawati, R., & Prabowo, A. (2021). Efektivitas media sosial dalam promosi kegiatan sekolah di era digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 7(2), 77–89. <https://doi.org/10.14421/jiska.2021.72-07>
- Sari, I., & Fathurrahman, A. (2021). Pelestarian budaya lokal dalam kegiatan pendidikan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Fisika dan Aplikasinya*, 10(1), 50–59. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v10i1.40495>
- Sugito, B. (2025). Hasil wawancara dengan staf Hubungan Masyarakat Madrasah Aliyah al-Ghazali
- Tarmizi, M., & Latif, M. (2021). Integrated marketing communication dalam humas pendidikan Islam. *Indonesian Journal of Language Education*, 4(2), 125–137. <https://doi.org/10.30957/ijole.v4i2.567>
- Taun, K., Zagalaz-Sánchez, M. L., & Chacón-Cuberos, R. (2022). *Management skills and styles of school principals during the COVID-19 pandemic*. *sEducation Sciences*, 12(11), 794. <https://doi.org/10.3390/educsci12110794>
- Wiyono, B. B., Komariah, A., Alghamdi, A. A., Sultoni, & Fahlevi, M. (2023). *The influence of principals' e-leadership on the effectiveness of schools' public relations and organizational improvement*. *Sustainability*, 15(2), 1296. <https://doi.org/10.3390/su15021296>
- Wulandari, R. (2020). Kalender komunikasi berbasis momen budaya sebagai strategi promosi sekolah. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), 211–223. <https://doi.org/10.24123/soshu.m.v13i2.3854>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>