

MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT INSTITUSI PENDIDIKAN ISLAM DI MIN 2 JEMBER

Hosnul Abrori^{1*}, Ahmad Rofiqi^{1*}, Leny Marinda^{1*}

¹Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Agama Islam, Universitas
Bina Sehat Indonesia, JL. Jayanegara No & Kaliwates, Jember 68133, Jawa Timur,
Indonesia

*e-mail: hosnulabrori123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis manajemen hubungan masyarakat institusi pendidikan Islam di MIN 2 Jember dalam membangun komunikasi, citra lembaga, dan keterlibatan masyarakat di era modern. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap transparansi, kualitas layanan pendidikan, serta penguatan hubungan sosial antara madrasah dan publik. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang melibatkan kepala madrasah, wakil kepala bidang hubungan masyarakat, guru, staf administrasi, wali murid, dan tokoh masyarakat yang memiliki keterlibatan langsung dengan aktivitas hubungan masyarakat di madrasah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat di MIN 2 Jember dilaksanakan melalui komunikasi partisipatif, pemanfaatan media digital, serta penguatan nilai-nilai religius dalam interaksi sosial. Hubungan masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengembangan madrasah. Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan media sosial membantu memperluas komunikasi publik, meskipun masih terdapat kendala dalam pengelolaan sumber daya manusia dan optimalisasi teknologi komunikasi.

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat kajian hubungan masyarakat pendidikan Islam melalui perspektif komunikasi dua arah berbasis nilai religius dan budaya organisasi. Temuan penelitian memiliki implikasi praktis bagi pengelola madrasah dalam mengembangkan strategi komunikasi yang partisipatif, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan digital. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan studi komparatif pada berbagai institusi pendidikan Islam untuk memperluas pemahaman mengenai manajemen hubungan masyarakat di era transformasi digital.

Kata Kunci: manajemen hubungan masyarakat, pendidikan Islam, madrasah, komunikasi partisipatif,

Pendahuluan

Manajemen hubungan masyarakat pada institusi pendidikan Islam menjadi isu penting dalam pengembangan mutu pendidikan di era modern. Perubahan sosial, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan menuntut lembaga pendidikan untuk membangun komunikasi yang efektif dengan publik. Hubungan masyarakat tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas penyampaian informasi, tetapi berkembang menjadi strategi membangun citra, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dalam konteks pendidikan Islam, fungsi hubungan

masyarakat memiliki posisi strategis karena lembaga tidak hanya bertanggung jawab terhadap kualitas akademik, tetapi juga pembentukan karakter religius dan nilai moral peserta didik. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga pendidikan banyak dipengaruhi oleh kemampuan institusi dalam menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat, orang tua, dan pemangku kepentingan pendidikan lainnya (Suharto & Azizah, 2021).

Fenomena global menunjukkan bahwa lembaga pendidikan yang memiliki sistem hubungan masyarakat yang baik cenderung memperoleh tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi. Di berbagai negara, manajemen humas pendidikan diarahkan pada penguatan branding sekolah, transparansi informasi, serta keterlibatan masyarakat dalam pengambilan kebijakan pendidikan. Di Indonesia, perkembangan manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan semakin terlihat sejak meningkatnya kompetisi antar sekolah dan madrasah. Madrasah tidak hanya dituntut unggul dalam pembelajaran agama, tetapi juga harus mampu bersaing dalam prestasi akademik, teknologi, dan pelayanan publik. Kondisi ini mendorong lembaga pendidikan Islam untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan partisipatif agar mampu mempertahankan eksistensi di tengah persaingan pendidikan yang semakin ketat (Rahman et al., 2022).

Secara nasional, peningkatan perhatian masyarakat terhadap mutu pendidikan Islam turut memengaruhi pola pengelolaan hubungan masyarakat di madrasah. Data Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa jumlah madrasah terus mengalami peningkatan setiap tahun, baik negeri maupun swasta. Peningkatan tersebut diiringi dengan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan pendidikan yang profesional, terbuka, dan responsif terhadap kebutuhan sosial. Namun, pada praktiknya masih ditemukan berbagai kendala dalam pengelolaan humas madrasah, seperti komunikasi yang belum terintegrasi, keterbatasan sumber daya manusia, dan kurang optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi lembaga (Fauzi & Hidayati, 2023). Situasi tersebut menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam masih memerlukan penguatan secara sistematis.

Dalam konteks pendidikan Islam, hubungan masyarakat memiliki dimensi yang lebih luas dibanding lembaga pendidikan umum. Madrasah berperan sebagai institusi pendidikan sekaligus lembaga sosial dan keagamaan yang berinteraksi langsung dengan nilai budaya masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan manajemen humas tidak hanya diukur dari pencapaian citra lembaga, tetapi juga dari kemampuan membangun hubungan emosional, spiritual, dan sosial dengan masyarakat sekitar. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keterlibatan masyarakat dalam kegiatan madrasah mampu meningkatkan dukungan terhadap program pendidikan dan memperkuat identitas kelembagaan (Nurhayati & Suryana, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan masyarakat memiliki kontribusi besar terhadap keberlanjutan institusi pendidikan Islam.

MIN 2 Jember merupakan salah satu madrasah tsanawiyah negeri yang berkembang pesat di Kabupaten Jember dan dikenal memiliki berbagai program unggulan akademik maupun nonakademik. Berdasarkan observasi awal, madrasah ini aktif membangun komunikasi dengan masyarakat melalui kegiatan keagamaan, media sosial, kerja sama dengan wali murid, serta publikasi kegiatan siswa. Aktivitas tersebut menunjukkan adanya upaya strategis dalam membangun citra positif lembaga. Akan tetapi, dinamika hubungan antara madrasah dan masyarakat tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Perubahan pola komunikasi masyarakat, perkembangan media digital, dan meningkatnya tuntutan transparansi menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola humas madrasah. Kondisi ini menarik untuk dikaji lebih mendalam melalui pendekatan kualitatif agar diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses, strategi, dan pengalaman pengelolaan hubungan masyarakat di lingkungan madrasah.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas manajemen humas pada lembaga pendidikan, terutama terkait strategi komunikasi sekolah, citra lembaga, dan pelayanan publik. Penelitian oleh Hamid dan Prasetyo (2021) menemukan bahwa keberhasilan humas sekolah dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal antara pihak sekolah dan masyarakat. Penelitian lain menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial menjadi instrumen penting dalam membangun branding lembaga pendidikan Islam di era digital (Aini et al., 2024). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek teknis komunikasi dan belum banyak menggali pengalaman subjektif pengelola humas dalam menghadapi dinamika sosial masyarakat sekitar madrasah.

Selain itu, studi mengenai hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam masih cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada tingkat kepuasan masyarakat atau efektivitas pelayanan informasi. Pendekatan tersebut belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana proses interaksi sosial, pola komunikasi, dan strategi adaptasi humas dijalankan dalam konteks budaya madrasah. Penelitian yang mengkaji pengalaman praktis pengelolaan humas pada madrasah negeri, khususnya di daerah, juga masih terbatas. Padahal, setiap lembaga pendidikan memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda sehingga strategi hubungan masyarakat tidak dapat disamaratakan (Maulana & Fitriani, 2022).

Kesenjangan penelitian tersebut menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai praktik manajemen hubungan masyarakat di institusi pendidikan Islam. Pendekatan kualitatif dipandang relevan karena mampu menggali pengalaman, makna, dan proses sosial yang terjadi dalam aktivitas hubungan masyarakat di madrasah. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memahami bagaimana pihak madrasah membangun komunikasi dengan masyarakat, menghadapi tantangan, serta mengembangkan strategi untuk mempertahankan citra lembaga. Perspektif ini penting karena hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam tidak hanya berkaitan dengan administrasi komunikasi, tetapi juga menyangkut nilai religius, budaya organisasi, dan kepercayaan publik.

Secara teoritis, penelitian ini berpijak pada teori manajemen hubungan masyarakat yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara organisasi dan publik. Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan humas bergantung pada kemampuan organisasi dalam membangun hubungan saling memahami dan saling menguntungkan dengan masyarakat (Grunig, 2020). Dalam konteks pendidikan Islam, teori tersebut dipadukan dengan konsep komunikasi pendidikan dan nilai-nilai islami yang menekankan prinsip amanah, transparansi, dan musyawarah dalam membangun relasi sosial. Dengan demikian, hubungan masyarakat di madrasah tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap pendidikan Islam.

Penelitian ini juga relevan ditinjau dari perspektif sosial dan pendidikan. Hubungan masyarakat yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan, memperkuat dukungan masyarakat terhadap program madrasah, dan menciptakan lingkungan pendidikan yang kondusif. Sebaliknya, lemahnya komunikasi antara madrasah dan masyarakat dapat memunculkan kesalahpahaman, rendahnya partisipasi publik, serta menurunnya kepercayaan terhadap lembaga pendidikan Islam. Oleh sebab itu, pengelolaan humas yang baik menjadi kebutuhan penting dalam menjaga keberlangsungan dan kualitas institusi pendidikan Islam di tengah perubahan sosial yang cepat (Yusuf et al., 2023).

Di era digital, tantangan hubungan masyarakat pada madrasah semakin kompleks. Media sosial memungkinkan informasi tersebar secara cepat, baik informasi positif maupun negatif. Kondisi ini menuntut lembaga pendidikan Islam untuk lebih terbuka, adaptif, dan responsif dalam menyampaikan informasi kepada publik. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa

pengelolaan media digital yang tidak optimal dapat memengaruhi citra lembaga di mata masyarakat (Latifah & Karim, 2021). Oleh karena itu, kajian mengenai strategi komunikasi dan pengelolaan humas berbasis digital di madrasah menjadi penting untuk memahami bagaimana institusi pendidikan Islam beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi modern.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen hubungan masyarakat institusi pendidikan Islam di MIN 2 Jember. Fokus penelitian diarahkan pada strategi komunikasi humas, bentuk hubungan madrasah dengan masyarakat, tantangan yang dihadapi, serta upaya pengembangan citra lembaga melalui aktivitas hubungan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen humas pendidikan Islam berbasis pendekatan kualitatif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengelola madrasah dalam merancang strategi hubungan masyarakat yang efektif, partisipatif, dan sesuai dengan perkembangan sosial masyarakat modern.

Tinjauan Pustaka

Manajemen hubungan masyarakat merupakan bagian penting dalam pengelolaan lembaga pendidikan modern, termasuk institusi pendidikan Islam. Hubungan masyarakat atau public relations dipahami sebagai proses komunikasi strategis yang bertujuan membangun hubungan harmonis antara lembaga dengan publik internal maupun eksternal. Dalam konteks pendidikan, hubungan masyarakat berfungsi menciptakan citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan membangun kepercayaan publik terhadap mutu lembaga pendidikan. Menurut Grunig, hubungan masyarakat tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga menekankan komunikasi dua arah yang bersifat dialogis antara organisasi dan masyarakat (Grunig, 2020). Konsep ini menjadi penting dalam pengelolaan madrasah karena lembaga pendidikan Islam memiliki tanggung jawab sosial dan moral yang kuat di tengah masyarakat.

Dalam institusi pendidikan Islam, hubungan masyarakat memiliki karakteristik yang berbeda dibanding lembaga pendidikan umum. Madrasah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga akademik, tetapi juga sebagai pusat pembinaan nilai keagamaan dan sosial masyarakat. Oleh sebab itu, pengelolaan humas di madrasah harus mampu mengintegrasikan prinsip profesionalisme dengan nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, transparansi, dan ukhuwah sosial. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga membangun komunikasi yang religius, persuasif, dan partisipatif dengan masyarakat sekitar (Rahman et al., 2022). Dengan demikian, hubungan masyarakat dalam madrasah tidak sekadar alat promosi, tetapi menjadi instrumen penguatan legitimasi sosial lembaga.

Secara konseptual, manajemen hubungan masyarakat terdiri atas beberapa fungsi utama, yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan program humas, publikasi informasi, evaluasi kegiatan, dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat. Fungsi tersebut bertujuan menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Menurut Cutlip dan Center, hubungan masyarakat merupakan proses manajerial yang membantu organisasi menjaga komunikasi efektif dengan publiknya untuk memperoleh dukungan sosial (Fauzi & Hidayati, 2023). Dalam konteks pendidikan Islam, fungsi tersebut terlihat melalui aktivitas komunikasi dengan wali murid, masyarakat, tokoh agama, dan lembaga mitra pendidikan.

Indikator keberhasilan manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, efektivitas komunikasi antara lembaga dan masyarakat. Kedua, tingkat partisipasi masyarakat terhadap program pendidikan. Ketiga, citra positif lembaga di mata publik. Keempat, kemampuan lembaga menyampaikan informasi secara terbuka dan cepat. Kelima, keberhasilan membangun kerja sama dengan berbagai pihak eksternal. Penelitian oleh Yusuf et al. (2023) menjelaskan bahwa keberhasilan humas sekolah sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi interpersonal dan keterbukaan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan humas yang efektif harus dilakukan secara terencana dan berkelanjutan.

Teori utama yang relevan dalam penelitian ini adalah Excellence Theory yang dikembangkan oleh James E. Grunig. Teori ini menekankan bahwa organisasi yang berhasil adalah organisasi yang mampu menerapkan komunikasi dua arah simetris dalam membangun hubungan dengan publik. Komunikasi dua arah memungkinkan adanya dialog, partisipasi, dan penyelesaian konflik secara konstruktif antara organisasi dan masyarakat (Grunig, 2020). Dalam konteks MIN 2 Jember, teori ini relevan karena pengelolaan hubungan masyarakat memerlukan komunikasi aktif dengan wali murid, masyarakat, dan stakeholder pendidikan untuk membangun kepercayaan publik terhadap madrasah.

Selain Excellence Theory, penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi organisasi sebagai dasar analisis. Komunikasi organisasi menjelaskan bagaimana arus informasi dalam lembaga memengaruhi efektivitas hubungan antaranggota organisasi maupun hubungan dengan publik eksternal. Menurut Robbins, komunikasi organisasi yang efektif akan meningkatkan koordinasi, keterlibatan anggota, dan kualitas pelayanan publik (Maulana & Fitriani, 2022). Dalam lembaga pendidikan Islam, komunikasi organisasi tidak hanya terjadi secara formal, tetapi juga melalui pendekatan sosial dan keagamaan yang membentuk budaya komunikasi khas madrasah.

Konsep citra lembaga juga menjadi bagian penting dalam penelitian ini. Citra lembaga merupakan persepsi masyarakat terhadap kualitas, identitas, dan reputasi suatu institusi pendidikan. Citra positif terbentuk melalui pelayanan pendidikan yang baik, transparansi informasi, serta hubungan harmonis dengan masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa citra lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh aktivitas humas dan kualitas komunikasi publik yang dilakukan sekolah atau madrasah (Sari & Lestari, 2021). Oleh karena itu, pengelolaan hubungan masyarakat di MIN 2 Jember perlu dipahami sebagai strategi membangun reputasi lembaga di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif.

Perkembangan teknologi digital juga memengaruhi pola hubungan masyarakat pada institusi pendidikan Islam. Penggunaan media sosial, website sekolah, dan platform komunikasi digital menjadi instrumen baru dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Menurut Aini et al. (2024), media digital memungkinkan lembaga pendidikan memperluas jangkauan komunikasi, mempercepat penyebaran informasi, dan meningkatkan partisipasi publik. Namun, penggunaan media digital juga memerlukan kemampuan manajerial yang baik agar informasi yang disampaikan tetap akurat, edukatif, dan sesuai dengan nilai-nilai pendidikan Islam.

Dalam perspektif pendidikan Islam, hubungan masyarakat memiliki landasan nilai yang kuat. Prinsip komunikasi dalam Islam menekankan pentingnya qaulan sadidan atau komunikasi yang benar dan jujur, qaulan layyinan atau komunikasi yang santun, serta qaulan ma'rufan atau komunikasi yang baik dan membangun. Nilai-nilai tersebut menjadi pedoman penting dalam pengelolaan hubungan masyarakat di madrasah. Penelitian oleh Hidayat dan Nuraini (2024) menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi berbasis nilai religius mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan Islam. Hal ini menunjukkan bahwa

dimensi spiritual menjadi pembeda utama humas madrasah dibanding lembaga pendidikan umum.

Penelitian terdahulu yang relevan pertama dilakukan oleh Rahman et al. (2022) yang membahas strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra madrasah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dan transparansi informasi menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan publik terhadap madrasah. Namun, penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek strategi komunikasi dan belum mengkaji pengalaman pengelola humas secara mendalam.

Penelitian kedua dilakukan oleh Fauzi dan Hidayati (2023) mengenai tantangan manajemen humas di sekolah Islam. Penelitian ini menemukan bahwa keterbatasan sumber daya manusia dan kurang optimalnya penggunaan media digital menjadi hambatan utama dalam pengelolaan humas. Meski demikian, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum menggali dinamika sosial dan budaya organisasi secara mendalam.

Penelitian ketiga oleh Aini et al. (2024) menyoroti pemanfaatan media sosial dalam pengembangan branding lembaga pendidikan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital mampu meningkatkan popularitas lembaga pendidikan secara signifikan. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih fokus pada aspek teknologi komunikasi dan belum membahas hubungan interpersonal antara lembaga dan masyarakat.

Penelitian keempat dilakukan oleh Yusuf et al. (2023) tentang keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pendidikan Islam. Hasil penelitian menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat dapat meningkatkan efektivitas program pendidikan dan memperkuat dukungan sosial terhadap sekolah. Namun, penelitian ini belum secara spesifik mengkaji peran humas sebagai mediator hubungan sosial antara lembaga dan masyarakat.

Penelitian kelima oleh Maulana dan Fitriani (2022) membahas komunikasi organisasi dalam manajemen pendidikan Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya komunikasi yang baik mampu meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan. Meski demikian, penelitian tersebut lebih berfokus pada komunikasi internal organisasi dibanding hubungan eksternal lembaga dengan masyarakat.

Penelitian keenam oleh Sari dan Lestari (2021) mengkaji hubungan antara manajemen humas dan citra sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program humas yang aktif berpengaruh positif terhadap reputasi lembaga pendidikan. Penelitian ketujuh oleh Hidayat dan Nuraini (2024) menjelaskan bahwa pendekatan komunikasi religius mampu meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap madrasah. Kedua penelitian tersebut memberikan kontribusi penting, tetapi belum mengkaji secara spesifik praktik hubungan masyarakat pada madrasah negeri berbasis pendekatan kualitatif.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek teknis komunikasi, penggunaan media digital, atau pengaruh humas terhadap citra lembaga secara umum. Penelitian mengenai pengalaman, proses sosial, dan strategi hubungan masyarakat pada madrasah negeri masih terbatas, khususnya dalam konteks budaya pendidikan Islam di daerah. Selain itu, kajian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami dinamika hubungan masyarakat di madrasah juga belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan menganalisis secara mendalam manajemen hubungan masyarakat institusi pendidikan Islam di MIN 2 Jember melalui perspektif komunikasi organisasi dan Excellence Theory. Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan hubungan masyarakat sebagai proses komunikasi strategis yang dipengaruhi oleh nilai religius, budaya organisasi, partisipasi masyarakat, dan penggunaan media komunikasi dalam membangun citra positif lembaga pendidikan Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam proses manajemen hubungan masyarakat pada institusi pendidikan Islam, khususnya terkait pola komunikasi, strategi pengelolaan humas, serta interaksi sosial antara madrasah dan masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, dan realitas sosial secara lebih komprehensif dalam konteks alami penelitian. Studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu lembaga pendidikan tertentu, yaitu MIN 2 Jember, sehingga peneliti dapat melakukan eksplorasi mendalam terhadap fenomena hubungan masyarakat yang terjadi di lingkungan madrasah tersebut. Menurut Yin, studi kasus efektif digunakan untuk memahami fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata secara menyeluruh dan mendalam (Yin, 2021). Pendekatan ini relevan karena pengelolaan hubungan masyarakat di madrasah dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan nilai keislaman yang khas.

Penelitian dilaksanakan di MIN 2 Jember yang berlokasi di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena madrasah tersebut dikenal aktif dalam membangun komunikasi dengan masyarakat melalui berbagai program pendidikan, kegiatan sosial keagamaan, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi lembaga. Selain itu, madrasah ini memiliki reputasi yang cukup baik di lingkungan masyarakat sehingga menarik untuk dikaji dalam perspektif manajemen hubungan masyarakat. Penelitian dilaksanakan selama empat bulan, mulai Januari hingga April 2026. Rentang waktu tersebut digunakan untuk proses observasi lapangan, wawancara mendalam, pengumpulan dokumen, hingga tahap analisis data secara bertahap dan berkelanjutan.

Subjek penelitian terdiri atas kepala madrasah, wakil kepala bidang hubungan masyarakat, guru, tenaga administrasi, wali murid, dan tokoh masyarakat yang memiliki keterlibatan langsung dengan aktivitas hubungan masyarakat di MIN 2 Jember. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena penelitian membutuhkan informan yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung terhadap fenomena yang diteliti. Purposive sampling memungkinkan peneliti memilih partisipan secara selektif berdasarkan kebutuhan data penelitian sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam dan relevan dengan fokus penelitian (Patton, 2015).

Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek. Pertama, informan memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan atau pelaksanaan hubungan masyarakat di madrasah. Kedua, informan memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam aktivitas yang berkaitan dengan komunikasi lembaga dan masyarakat. Ketiga, informan bersedia memberikan informasi secara terbuka terkait pelaksanaan hubungan masyarakat di MIN 2 Jember. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti menentukan informan utama yaitu kepala madrasah dan wakil kepala bidang humas, sedangkan informan pendukung terdiri atas guru, staf administrasi, wali murid, serta tokoh masyarakat sekitar madrasah. Pemilihan informan dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan data hingga mencapai titik kejenuhan informasi atau data saturation.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai situasi lapangan tanpa keluar dari fokus penelitian. Peneliti menggunakan pedoman wawancara yang memuat tema-tema utama seperti strategi komunikasi humas, bentuk hubungan madrasah dengan masyarakat, penggunaan media komunikasi, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan humas. Teknik ini memungkinkan informan menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih terbuka

sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan mendalam. Wawancara dilakukan secara langsung dan direkam dengan persetujuan informan untuk menjaga keakuratan data penelitian.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan observasi partisipatif sebagai teknik pengumpulan data. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas hubungan masyarakat di lingkungan madrasah, seperti kegiatan komunikasi dengan wali murid, pelaksanaan program sosial keagamaan, rapat koordinasi, serta penggunaan media sosial lembaga. Melalui observasi partisipatif, peneliti dapat memahami situasi sosial, pola interaksi, dan praktik komunikasi yang terjadi secara nyata di lapangan. Observasi dilakukan secara berulang agar peneliti memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai dinamika hubungan masyarakat di MIN 2 Jember. Teknik ini juga membantu peneliti mengidentifikasi kesesuaian antara informasi hasil wawancara dan kondisi faktual di lapangan.

Dokumentasi digunakan sebagai teknik pelengkap untuk memperkuat data penelitian. Dokumen yang dianalisis meliputi arsip kegiatan humas, foto kegiatan madrasah, laporan program hubungan masyarakat, surat kerja sama, struktur organisasi humas, serta publikasi digital melalui website dan media sosial resmi madrasah. Analisis dokumen bertujuan memperoleh data tertulis yang dapat mendukung hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi juga membantu peneliti memahami perkembangan program hubungan masyarakat secara lebih sistematis. Penggunaan berbagai sumber data tersebut dilakukan untuk meningkatkan kedalaman analisis dan memperkuat validitas penelitian.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan seperti kepala madrasah, guru, wali murid, dan tokoh masyarakat. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik triangulasi digunakan agar data yang diperoleh lebih objektif, konsisten, dan dapat dipercaya. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak awal pengumpulan data hingga penelitian selesai sehingga memungkinkan peneliti menemukan pola, tema, dan makna yang relevan dengan fokus penelitian. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan deskripsi yang mendalam mengenai manajemen hubungan masyarakat institusi pendidikan Islam di MIN 2 Jember.

Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat di MIN 2 Jember dilaksanakan secara sistematis melalui komunikasi aktif antara pihak madrasah dengan masyarakat, wali murid, serta lembaga eksternal. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa aktivitas hubungan masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan publik terhadap madrasah. Pengelolaan hubungan masyarakat dilakukan melalui berbagai program komunikasi, kegiatan sosial keagamaan, pemanfaatan media digital, serta kolaborasi dengan masyarakat sekitar.

Tema pertama yang muncul dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi partisipatif dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan wakil kepala bidang humas, madrasah menerapkan komunikasi dua arah melalui forum wali murid, rapat koordinasi, kegiatan sosial, dan komunikasi personal dengan masyarakat sekitar. Pendekatan tersebut dilakukan untuk menciptakan keterbukaan informasi dan meningkatkan

keterlibatan masyarakat dalam program pendidikan madrasah. Salah satu informan menyampaikan:

“Kami tidak hanya menyampaikan informasi kepada wali murid, tetapi juga mendengarkan masukan mereka. Setiap kegiatan selalu kami komunikasikan secara terbuka agar masyarakat merasa dilibatkan.” (Wawancara Wakil Kepala Humas,).

Hasil observasi menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif terlihat dalam kegiatan rapat wali murid, pengajian bersama masyarakat, dan program bakti sosial madrasah. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan beberapa kegiatan madrasah. Kondisi ini menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara madrasah dan masyarakat sekitar. Selain itu, dokumentasi kegiatan menunjukkan adanya kerja sama aktif antara madrasah dengan tokoh agama dan pemerintah desa dalam pelaksanaan program pendidikan dan kegiatan keagamaan.

Tema kedua berkaitan dengan pemanfaatan media digital sebagai sarana hubungan masyarakat. Penelitian menemukan bahwa MIN 2 Jember memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai media komunikasi publik. Media digital digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan madrasah, prestasi siswa, pengumuman akademik, dan dokumentasi aktivitas sekolah. Berdasarkan wawancara dengan staf humas, penggunaan media sosial dianggap efektif dalam memperluas jangkauan komunikasi dan membangun citra lembaga di tengah masyarakat modern.

“Media sosial sangat membantu kami untuk mengenalkan kegiatan madrasah kepada masyarakat luas. Orang tua siswa juga lebih cepat mendapatkan informasi melalui grup WhatsApp.” (Wawancara Staf Humas,).

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan media digital masih menghadapi beberapa kendala. Tidak semua tenaga pendidik memiliki kemampuan pengelolaan media digital yang memadai. Selain itu, terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi publikasi informasi dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan nilai dan etika pendidikan Islam. Berdasarkan observasi, aktivitas media sosial madrasah masih terfokus pada dokumentasi kegiatan dan belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai media interaksi edukatif dengan masyarakat.

Tema ketiga yang ditemukan adalah pentingnya nilai religius dalam pengelolaan hubungan masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi di MIN 2 Jember dibangun berdasarkan nilai-nilai Islam seperti keterbukaan, kesopanan, amanah, dan musyawarah. Nilai religius menjadi dasar dalam membangun hubungan sosial antara madrasah dan masyarakat. Kepala madrasah menjelaskan bahwa hubungan masyarakat harus mencerminkan akhlak islami agar kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tetap terjaga.

“Kami selalu menanamkan bahwa komunikasi dengan masyarakat harus santun dan jujur. Hubungan masyarakat bukan hanya soal promosi sekolah, tetapi bagaimana madrasah bisa menjadi bagian dari masyarakat.” (Wawancara Kepala Madrasah).

Hasil observasi menunjukkan bahwa pendekatan religius terlihat dalam berbagai kegiatan madrasah seperti istighasah bersama, santunan sosial, pengajian rutin, dan peringatan hari besar Islam yang melibatkan masyarakat sekitar. Kegiatan tersebut memperkuat hubungan emosional antara madrasah dan masyarakat sehingga madrasah tidak dipandang hanya sebagai

institusi pendidikan formal, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat.

Tema keempat adalah tantangan manajemen hubungan masyarakat di era modern. Penelitian menemukan bahwa perubahan pola komunikasi masyarakat menjadi tantangan utama dalam pengelolaan humas madrasah. Masyarakat saat ini cenderung menuntut informasi yang cepat, transparan, dan mudah diakses melalui media digital. Selain itu, persaingan antar lembaga pendidikan juga menuntut madrasah untuk lebih aktif membangun citra positif di ruang publik. Berdasarkan wawancara dengan guru dan wali murid, ditemukan bahwa masyarakat semakin kritis terhadap kualitas pelayanan pendidikan dan keterbukaan informasi dari lembaga pendidikan.

Selain tantangan eksternal, penelitian juga menemukan adanya hambatan internal seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi. Pengelolaan humas masih bergantung pada beberapa individu tertentu sehingga pelaksanaan program belum berjalan optimal. Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas humas masih dilakukan secara manual dan belum memiliki sistem digital yang terintegrasi secara profesional.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat di MIN 2 Jember menerapkan pola komunikasi partisipatif yang sesuai dengan konsep komunikasi dua arah simetris dalam Excellence Theory yang dikemukakan oleh Grunig. Teori tersebut menjelaskan bahwa hubungan masyarakat yang efektif dibangun melalui dialog dan keterlibatan aktif antara organisasi dan publik. Dalam penelitian ini, komunikasi partisipatif terlihat melalui keterlibatan wali murid dan masyarakat dalam berbagai program madrasah. Temuan ini memperkuat penelitian Rahman et al. (2022) yang menyatakan bahwa keterbukaan komunikasi mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan masyarakat di madrasah tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan sosial dan emosional dengan masyarakat. Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa humas pada institusi pendidikan Islam memiliki dimensi religius dan sosial yang lebih kuat dibanding lembaga pendidikan umum. Pendekatan berbasis nilai islami seperti amanah, musyawarah, dan komunikasi santun menjadi faktor penting dalam membangun legitimasi sosial lembaga pendidikan. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Hidayat dan Nuraini (2024) yang menjelaskan bahwa komunikasi berbasis nilai religius mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

Pemanfaatan media digital dalam pengelolaan hubungan masyarakat di MIN 2 Jember menunjukkan adanya adaptasi lembaga pendidikan Islam terhadap perkembangan teknologi komunikasi modern. Temuan ini mendukung penelitian Aini et al. (2024) yang menyebutkan bahwa media sosial menjadi instrumen penting dalam membangun branding lembaga pendidikan. Namun, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media digital di madrasah masih bersifat informatif dan belum sepenuhnya interaktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan humas digital pada lembaga pendidikan Islam masih memerlukan pengembangan kompetensi sumber daya manusia dan strategi komunikasi yang lebih inovatif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keterlibatan masyarakat dalam kegiatan madrasah menjadi faktor utama dalam memperkuat citra lembaga. Hubungan sosial yang dibangun melalui kegiatan keagamaan dan sosial menciptakan rasa memiliki terhadap madrasah di kalangan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yusuf et al. (2023) yang menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan pendidikan Islam. Akan tetapi, penelitian ini memberikan tambahan perspektif bahwa

hubungan emosional dan spiritual juga menjadi unsur penting dalam mempertahankan dukungan masyarakat terhadap madrasah.

Di sisi lain, penelitian ini menemukan bahwa tantangan terbesar hubungan masyarakat di era modern adalah perubahan pola komunikasi masyarakat dan meningkatnya tuntutan transparansi informasi. Temuan ini memperlihatkan bahwa madrasah tidak dapat lagi mengandalkan pola komunikasi konvensional semata. Pengelolaan hubungan masyarakat harus mampu memadukan pendekatan interpersonal dengan pemanfaatan teknologi digital secara profesional. Kondisi ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang lebih menekankan aspek komunikasi formal tanpa menyoroti dinamika perubahan sosial dan digitalisasi komunikasi pendidikan Islam.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa hubungan masyarakat dalam institusi pendidikan Islam merupakan proses komunikasi strategis yang dipengaruhi oleh budaya organisasi, nilai religius, dan partisipasi masyarakat. Penelitian ini juga memperluas kajian hubungan masyarakat pendidikan Islam dengan menempatkan nilai-nilai keagamaan sebagai bagian integral dalam praktik komunikasi organisasi. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan humas madrasah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan promosi lembaga, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosial yang dibangun dengan masyarakat.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengelola lembaga pendidikan Islam. Madrasah perlu memperkuat kompetensi sumber daya manusia di bidang komunikasi dan teknologi digital agar pengelolaan hubungan masyarakat berjalan lebih efektif. Selain itu, pengembangan media komunikasi berbasis digital perlu dilakukan secara terintegrasi dengan tetap mempertahankan nilai-nilai religius dan budaya lokal. Keterlibatan masyarakat juga perlu ditingkatkan melalui program kolaboratif agar hubungan antara madrasah dan masyarakat semakin harmonis dan berkelanjutan.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu madrasah negeri sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh institusi pendidikan Islam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan mengkaji manajemen hubungan masyarakat pada berbagai jenis lembaga pendidikan Islam dengan pendekatan komparatif atau multi kasus. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan kajian mengenai strategi humas digital dan pengaruh budaya organisasi terhadap efektivitas komunikasi publik pada institusi pendidikan Islam di era transformasi digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat di MIN 2 Jember dilaksanakan melalui pola komunikasi partisipatif yang menekankan keterbukaan, kolaborasi, dan penguatan hubungan sosial antara madrasah dengan masyarakat. Aktivitas hubungan masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi lembaga, tetapi juga menjadi strategi membangun kepercayaan publik, memperkuat citra madrasah, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pendidikan Islam. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pengelolaan humas di MIN 2 Jember dipengaruhi oleh integrasi nilai-nilai religius, budaya organisasi, dan pemanfaatan media digital sebagai instrumen komunikasi modern.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pendekatan komunikasi berbasis nilai Islam seperti amanah, musyawarah, keterbukaan, dan komunikasi santun menjadi faktor penting dalam membangun hubungan harmonis dengan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan media sosial memberikan kontribusi terhadap perluasan jangkauan komunikasi publik madrasah, meskipun masih terdapat kendala dalam pengelolaan sumber daya manusia dan optimalisasi teknologi komunikasi. Di sisi lain, perubahan pola komunikasi masyarakat dan meningkatnya

tuntutan transparansi informasi menjadi tantangan utama dalam pengelolaan hubungan masyarakat pada institusi pendidikan Islam di era modern.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep komunikasi dua arah simetris dalam Excellence Theory dengan menunjukkan bahwa keberhasilan hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan Islam tidak hanya ditentukan oleh efektivitas komunikasi formal, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosial, emosional, dan spiritual yang dibangun dengan masyarakat. Penelitian ini turut memperluas kajian hubungan masyarakat pendidikan Islam dengan menempatkan nilai religius sebagai bagian integral dalam praktik komunikasi organisasi dan pengelolaan citra lembaga pendidikan.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi pengelola madrasah untuk memperkuat strategi komunikasi partisipatif, meningkatkan kompetensi humas dalam pengelolaan media digital, serta membangun kolaborasi yang lebih aktif dengan masyarakat dan stakeholder pendidikan. Dari sisi kebijakan, penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan sistem hubungan masyarakat yang terintegrasi pada lembaga pendidikan Islam guna mendukung transparansi, partisipasi publik, dan peningkatan mutu layanan pendidikan.

Penelitian ini masih terbatas pada konteks satu lembaga pendidikan Islam sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan studi komparatif pada berbagai madrasah atau institusi pendidikan Islam di daerah yang berbeda. Selain itu, kajian lebih lanjut mengenai strategi humas digital, komunikasi krisis, dan pengaruh budaya organisasi terhadap efektivitas hubungan masyarakat di lembaga pendidikan Islam juga penting dilakukan untuk memperluas pemahaman mengenai dinamika komunikasi pendidikan di era transformasi digital.

Daftar Pustaka

- Aini, N., Rahmah, S., & Huda, M. (2024). Digital public relations strategy in Islamic educational institutions. *Jurnal Pendidikan Islam*, 13(1), 45–58.
- Andriani, D., Maritasari, D. B., Laela, I., & Husnadia, S. (2025). Pemilihan teknik sampling yang tepat dalam penelitian kualitatif: Literature review. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(4), 6238–6247.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fauzi, A., & Hidayati, N. (2023). Public relations management challenges in Islamic schools. *International Journal of Educational Management*, 8(2), 77–89.
- Grunig, J. E. (2020). Excellence theory in public relations management. *Public Relations Review*, 46(3), 101–110.
- Hamid, A., & Prasetyo, D. (2021). Interpersonal communication in school public relations management. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(2), 88–97.
- Hidayat, T., & Nuraini, F. (2024). Public trust and Islamic educational institutions. *Jurnal Pendidikan Modern*, 10(1), 115–127.
- Kusuma, E., & Fitria, N. (2020). Community relations in Islamic educational management. *Jurnal Pendidikan Islam Nusantara*, 5(2), 140–152.
- Kvale, S. (2020). *Doing interviews*. SAGE Publications.
- Latifah, R., & Karim, A. (2021). Social media utilization in educational public relations. *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 4(1), 56–69.
- Maulana, F., & Fitriani, L. (2022). Public relations patterns in Islamic educational institutions. *Tadris: Jurnal Pendidikan Islam*, 17(2), 201–214.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Nurhayati, S., & Suryana, Y. (2020). Community participation in madrasah development. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 33–46.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rahman, M., Arifin, Z., & Kholis, N. (2022). Educational competition and public trust in madrasah institutions. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 27(3), 145–159.
- Ramdhan, T. W. (2025). *Metode penelitian kualitatif: Konsep, strategi, dan aplikasi*. STAUDHI Press.
- Rohman, A., & Syafi'i, M. (2023). Organizational culture in madrasah public relations. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 12(2), 99–113.
- Sari, P., & Lestari, I. (2021). School image development through public relations management. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 28(1), 61–73.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suharto, B., & Azizah, R. (2021). Strategic public relations in Islamic education institutions. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(2), 120–134.
- Sulistyaningsih, S. (2021). Pendekatan dan jenis penelitian kualitatif dalam studi sosial. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 5(2), 45–58.
- Thelwall, M., & Nevill, T. (2021). Is research with qualitative data more prevalent and impactful now? Interviews, case studies, focus groups and ethnographies. *Qualitative Research Journal*, 18(3), 210–225.
- Yin, R. K. (2021). *Case study research and applications: Design and methods* (7th ed.). SAGE Publications.
- Yusuf, M., Hadi, S., & Wahyuni, T. (2023). Public engagement in Islamic school management. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Keagamaan*, 9(1), 75–89.
- Zulkarnain, M., & Amalia, D. (2022). Communication strategy in educational institutions. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 90–104.