

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Profil MTsN 3 Pamekasan**

###### **a. Sejarah MTsN 3 Pamekasan**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Pamekasan adalah salah satu lembaga pendidikan menengah pertama yang berangkat dari sebuah pondok pesantren yang berada di bagian utara kota Pamekasan Madura, tepatnya di kecamatan Pakong. Awal berdirinya MTsN 3 Pamekasan bernama Madrasah Mu'allimin dan pada tahun 1968 berubah menjadi Madrasah Tsanawiyah. Lima tahun kemudian, tepatnya di 1972 sampai sekarang lembaga ini berubah status menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri yang secara otomatis pengelolaannya berada di bawah naungan Pemerintah (Kementrian Agama). Tahun 1990 melalui piagam yang di tanda tangani oleh Menteri Agama di Yogyakarta lembaga ini menjadi madrasah MODEL. Mendapatkan gelar madrasah MODEL menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi MTsN 3 Pamekasan, madrasah MODEL merupakan sebuah program baru yang diciptakan oleh Departemen Agama sebagai upaya mengangkat citra madrasah agar sejajar dengan sekolah yang berada di bawah naungan Departemen Pendidikan Nasional. Program ini bertujuan untuk menjadikan satu madrasah sebagai madrasah yang baik dalam semua unsurnya agar dapat digunakan sebagai percontohan bagi madrasah-madrasah di sekitarnya.

Lembaga ini terus eksis mewarnai dunia pendidikan hingga kembali dikeluarkan putusan oleh Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 673 Tahun 2016 tentang perubahan nama Madrasah Aliyah Negeri, Madrasah Tsanawiyah Negeri, Madrasah Ibtidaiyah Negeri di Provinsi Jawa Timur, maka MTs Negeri Sumber Bungur Pamekasan berubah nama menjadi MTsN 3 Pamekasan.

MTsN 3 Pamekasan dikenal sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memberikan banyak kontribusi terhadap dunia pendidikan. Namun dibalik semua ini, terdapat peran dari seorang tokoh yang menjadi perintis awal sehingga MTsN 3 Pamekasan menjadi lembaga pendidikan yang tetap eksis. KH. Ahmad Madani sebagai pioner lembaga pendidikan sumber bungur merupakan salah satu perintis pendidikan modern untuk daerah Pamekasan, meskipun demikian beliau tidak menanggalkan sistem pendidikan klasik, melihat pada masa itu masyarakat Madura, khususnya Pamekasan masih memegang erat tradisi pesantren.<sup>1</sup>

Selain aktif dalam perkembangan pendidikan, KH. Madani juga aktif dalam upaya perkembangan pendidikan di masyarakat, seperti halnya beliau aktif memberikan wawasan baru kepada masyarakat akan pentingnya pendidikan. upaya ini direalisasikan dalam bentuk ceramah kepada masyarakat setiap hari jumat, setiap acara wisuda siswa. Dalam mewujudkan upaya tersebut KH. Madani mendirikan beberapa lembaga

---

<sup>1</sup> Mohammad Sholeh, “Potret Pendidikan Islam di Pamekasan Madura (Peran KH. Ahmad Madani dalam Pendidikan dan Pengembangan Masyarakat di Ponpes Sumber Bungur Pamekasan Madura, 1960-2006)”, *Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, 2 (t.t, 2018), hlm. 99.

pendidikan sebagai wadah bagi masyarakat. Salah satunya dengan adanya MTsN 3 Pamekasan.<sup>2</sup>

b. Struktur Lembaga

Kepala Madrasah : H. Mohammad Holis, M. Si

Kepala Tata Usaha : H. Mohammad Taha, S.Pd.I

Waka Bid. Akademik : Mohammad Saleh, S.d

Waka Bid. Kesiswaan : Suprpto, S.Pd

Waka Bid. Humas : Fahrudin, S.Pd

Waka Bid. Sarpras : Moh. Taufiqurrahman, S.Ag.

c. Visi dan Misi

Visi

*“Berakhlak Mulia, Unggul dalam Prestasi, dan Berbudaya Lingkungan”*

Misi

- 1) Menanamkan kecakapan religius, intelektual, sosial, dan emosional peningkatan iman dan taqwa serta penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berwawasan lingkungan.
- 2) Menumbuhkan semangat belajar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang inovatif, kompetitif, dan produktif dengan memanfaatkan lingkungan sebagai sumber belajar.
- 3) Menciptakan lingkungan madrasah yang bersih, sehat, indah, tertib, dan islami.

---

<sup>2</sup> Mohammad Sholeh, “ Potret Pendidikan Islam di Pamekasan Madura (Peran KH. Ahmad Madani dalam Pendidikan dan Pengembangan Masyarakat di Ponpes Sumber Bungur Pamekasan Madura, 1960-2006)”, *Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, 2 (t.t, 2018), 100.

d. Fasilitas MTsN 3 Pamekasan

MTsN 3 Pamekasan sebagai lembaga pendidikan berbasis madrasah mempunyai beberapa sarana dan prasarana yang meliputi: ruang belajar, perpustakaan dan laboratorium (IPA, IPS, Matematika, Komputer, Multimedia, Komputer), dan musholla. Selain itu juga dilengkapi dengan taman belajar, *green house*, lapangan olahraga (*futsal, volley. Basket*), kantin, parkir dan asrama sebagai pendukung pembelajaran.

## 2. Paparan Hasil Penelitian

a. Deskripsi, Peran *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan

Berbicara mengenai strategi dalam sebuah organisasi, *public relations* MTsN 3 Pamekasan mempunyai strategi yang dicanangkan melalui sebuah perencanaan yang kemudian direalisasikan sebagai bentuk tugas dan tanggung jawab dari *public relations* sebuah lembaga. Berikut penjelasan Bapak Fahrudin selaku *public relations* MTsN 3 Pamekasan mengenai peran *public relations*:

“Sebagai *public relations* mempunyai tugas dan peran untuk menjalin komunikasi dengan komite madrasah, *stakholder*, hubungan dengan masyarakat sekitar, dengan lembaga-lembaga.”<sup>3</sup>

Pernyataan serupa disampaikan oleh beberapa guru MTsN 3 Pamekasan mengenai *public relations*:

“ *Public relations* itu corong madrasah, yang dimaksud corong madrasah bagaimana madrasah dikenal masyarakat, dikenal dunia luar. Jadi menurut pendapat saya *public relations* adalah bagian terpenting bagi madrasah, karena bagaimanapun tanpa adanya informasi tentang

---

<sup>3</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

keberadaan madrasah melalui *public relations*, sehebat apapun madrasah, seprestasi apapun sebuah lembaga, maka ibarat katak dalam tempurung.”<sup>4</sup>

Beberapa penjelasan di atas menjelaskan bahwa *public relations* merupakan mediator (alat penghubung) bagi madrasah dengan publiknya, guru dan seluruh staf madrasah sebagai publik internal dan masyarakat sebagai publik eksternal. Sedangkan peran *public relations* MTsN 3 Pamekasan dari pernyataan di atas merupakan bagian penting sebagai pembentuk identitas madrasah. *Public relations* mempunyai peran untuk menjalin komunikasi dengan publik madrasah, mengenalkan madrasah kepada masyarakat luas dan memberikan informasi tentang keberadaan madrasah.

*Public relations* mempunyai peran yang cakupannya cukup luas, melihat dari tugas dan tanggung jawab *public relations* melingkupi madrasah dan publiknya. Untuk lebih luasnya pemahaman mengenai deskripsi serta peran dari *public relations* terdapat pendapat lebih jelas yang disampaikan oleh salah satu guru di MTsN 3 Pamekasan:

“*Public relations* merupakan suatu komunikasi ke dalam dan keluar yang dilakukan oleh seorang *public relations*. Komunikasi ke dalam ialah *public relations* selalu memberikan informasi program kekinian madrasah, memberikan informasi mengenai hal hal berhubungan dengan madrasah, baik itu tanggung jawab guru, terhadap siswa dan kebijakan madrasah. Sedangkan komunikasi keluar yaitu bagaimana madrasah mempunyai mitra (hubungan) dengan *stakeholder*, lingkungan sekitar, bagaimana program MTsN 3 Pamekasan dapat diketahui oleh masyarakat luas baik disampaikan secara langsung atau melalui media.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Agus, Guru MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Desember 2019).

<sup>5</sup> Ali Wafa, Guru MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Desember 2019).

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa *public relations* merupakan sebuah hubungan yang dijalin dalam bentuk komunikasi dalam sebuah organisasi dengan publik sehingga akan terbangun keselarasan antara organisasi atau lembaga dengan publik. Adapun peran dari seorang *public relations* adalah memberikan informasi mengenai suatu organisasi atau lembaga sehingga dapat diketahui oleh publiknya, baik disampaikan secara langsung atau melalui media.

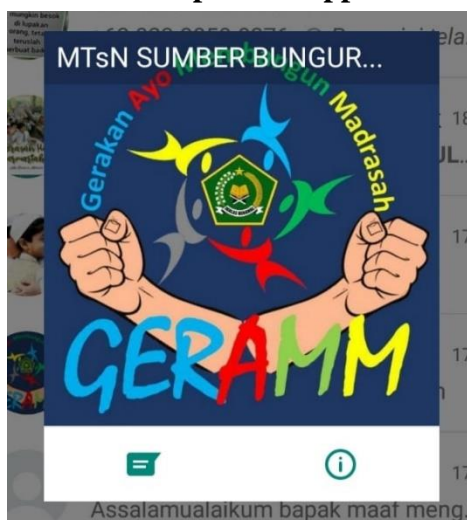
b. Strategi *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan dalam Peningkatan *Capacity Building*

Terciptanya *image* (citra) baik dimasyarakat tergantung bagaimana *public relations* mengatur sebuah strategi sehingga nantinya dengan strategi tersebut mampu meningkatkan kapasitas (*capacity building*) sebuah organisasi atau lembaga di masyarakat. Sebelum menyusun perencanaan, *public relations* bertugas menentukan apa yang dibutuhkan dalam peningkatan *capacity building* MTsN 3 Pamekasan. Membangun komunikasi yang baik dengan *public internal* maupun *eksternal* adalah bagian dari strategi. Seperti yang dipaparkan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan bahwa ia bertugas untuk menjalin komunikasi yang baik dengan para pejabat madrasah dan masyarakat. Oleh karena itu, untuk memudahkan dalam penyebaran informasi, seluruh dewan guru yang mengajar di MTsN 3 Pamekasan mempunyai group whatsapp tersendiri. Group tersebut digunakan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan untuk meng-*update* informasi baik mengenai madrasah dan lomba-lomba yang sedang diadakan dan untuk mempererat hubungan silaturahmi antar sesama *public internal*.

Selanjutnya beliau memaparkan bahwa dengan adanya group whatsapp memudahkan komunikasi tim *public relations* dalam menentukan berita yang akan di *publish* di website.<sup>6</sup> Pernyataan tersebut sesuai dengan pengakuan salah satu guru MTsN 3 Pamekasan:

“ Pak fahrudin itu selalu mengirimkan info-info terbaru mengenai lomba yang diadakan di luar dan dia juga yang menge-*share* info-info penting mengenai madrasah dan kebijakan-kebijakan madrasah.”<sup>7</sup>

**Gambar 4.1**  
**Nama Group Whatsapp**



Lebih lanjut *public relations* memaparkan mengenai strategi MTsN 3

Pamekasan dalam peningkatan *capacity building*:

“Terdapat beberapa strategi yang dilakukan *public relations* untuk peningkatan *capacity building*. Pertama, *media communication* (komunikasi media) berupa pemberdayaan website resmi lembaga yang bekerja sama dengan beberapa media publikasi lainnya dan media sosial seperti aplikasi facebook, whatsapp dan twitter. Selain menggunakan website resmi, *public relations* MTsN 3 Pamekasan juga menggunakan strategi *human communication* yakni *public relations* bertindak sebagai promotor lembaga yang bertugas membangun relasi yang baik dengan para pejabat, komite dan masyarakat sekitar sehingga nantinya akan terbentuk paradigma yang baik mengenai MTsN 3 Pamekasan.”<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

<sup>7</sup> Agus, Guru MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Desember 2019).

<sup>8</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

Dalam merealisasikan strategi, baik *media communication* dan *human communication* Bapak Fahrudin dibantu oleh beberapa orang, terbagi menjadi tim yang mengurus bagian website dan publikasi serta tim yang bertugas mensosialisasikan kepada masyarakat. Bapak Fahrudin menjelaskan bahwa ia dibantu oleh tim lainnya, seperti bapak Mabur salah satu tim *public relations* dalam menjalankan strategi *human communication*. Strategi ini merupakan upaya pengenalan kepada masyarakat mengenai MTsN 3 Pamekasan, kegiatan pengenalan berupa sosialisasi ke lembaga pendidikan dasar dan bersilaturahmi ke rumah masyarakat untuk sekedar menyambung tali persaudaraan. Berikut wawancara peneliti dengan *public relations* MTsN 3 Pamekasan, Bapak Fahrudin:

“Saya bersama tim yang lain selain bertugas *membranding* madrasah, juga selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Kami menjalin komunikasi yang baik dan melibatkan mereka ketika akan mengadakan sebuah acara ataupun membutuhkan sesuatu yang tidak ada di madrasah. dan alhamdulillah sejauh ini masyarakat dengan senang hati membantu kami.”

Mendengar pernyataan tersebut peneliti mewawancarai masyarakat sekitar mengenai argumen di atas, peneliti mewawancarai salah satu warga yang rumahnya tidak jauh dari MTsN 3 Pamekasan:

“Saya merasa senang dengan adanya MTsN 3 Pamekasan ini, selain karena lembaganya yang berbasis madrasah dan berprestasi, guru-guru di sana selalu melibatkan dan mengundang saya jika ada acara disana. Dan saya selalu diberikan daging kurban ketika hari raya idul adha.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ma’udah, Warga Dusun Pakong Laok Pakong Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Januari 2020).



Membangun komunikasi merupakan poin pokok yang harus dilakukan agar masyarakat dapat menerima dengan baik dengan keberadaan MTsN 3 Pamekasan, melihat letak geografis madrasah berada di pedalaman desa Pakong yang padat penduduk sehingga perlu menumbuhkan rasa saling memiliki dan menjaga agar tidak terjadi kesenjangan sosial antara madrasah dan masyarakat. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Bapak Fahrudin;

“MTsN 3 Pamekasan ini milik masyarakat. Itulah pemikiran yang saya tanamkan kepada masyarakat sekitar bahwa madrasah ini bukan milik perorangan, namun milik bersama sehingga kita perlu sama-sama menjaga kelestarian madrasah ini demi kebaikan bersama. Jika sudah tertanam rasa memiliki maka dengan sendirinya masyarakat akan mengulurkan tangan mereka bila madrasah memerlukan bantuan.”<sup>10</sup>

Jika komunikasi sudah terjalin dengan baik maka masyarakat akan mudah untuk memberikan masukan serta kritikan demi kemajuan madrasah kedepannya dan madrasah lebih mudah menjalin kerja sama dengan masyarakat. Seperti salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh MTsN 3 Pamekasan mengenai larangan membawa kendaraan ke lingkungan madrasah, adanya aturan tersebut merupakan salah satu pertimbangan agar terciptanya lingkungan yang nyaman dalam proses belajar mengajar, melihat jumlah siswa yang banyak menyebabkan lahan parkir yang disediakan madrasah tidak mencukupi. Kemudian aturan tersebut dikomunikasikan oleh *public relations* MTsN kepada masyarakat sekitar sehingga memunculkan sebuah kerja sama untuk menyediakan jasa sewa parkir bagi siswa dan guru senilai 1000 rupiah selama 24 jam serta keuntungannya diambil oleh masyarakat. Adanya kerja sama tersebut

---

<sup>10</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

merupakan dampak positif yang diciptakan *public relations* bagi madrasah. Berikut wawancara peneliti dengan salah satu warga yang menyediakan jasa parkir:

“Alhamdulillah dengan adanya sewa parkir ini kehidupan ekonomi saya membaik, dulu sebelum ada parkir kerjaan saya cuma ke sawah dan tidak dapat uang, tapi sekarang saya nyambi buka parkir buat anak-anak MTs yang tiap harinya ada 100 sepeda motor yang parkir disini”<sup>11</sup>

Pernyataan serupa disampaikan oleh ibu Kur :

“ Saya dulu sebelum ada parkir kerjaannya cuma kesawah dan suami saya kerjanya serabutan kadang jadi supir, tapi alhamdulillah setelah ada parkir ini terbantu dari segi ekonomi.”<sup>12</sup>

Secara tidak langsung dengan adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh MTsN 3 Pamekasan dapat mengangkat perekonomian masyarakat sekitar. Seperti salah satu semboyan yang diucapkan oleh salah satu guru MTsN 3 Pamekasan “Setidaknya dengan adanya MTsN 3 Pamekasan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar”.<sup>13</sup> Kata “manfaat” berarti dengan adanya MTsN 3 Pamekasan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam segala aspek. Seperti salah satu wisata bernama bukit brukoh ( *brukoh hill* ) yang berada di Kecamatan Pakong, tepatnya di Desa Bajang. Wisata tersebut menjadi salah satu destinasi yang digemari oleh kalangan anak muda karena letak geografisnya berada di ketinggian dengan pemandangan yang cukup indah. MTsN 3 Pamekasan yang pada

---

<sup>11</sup> Nadirah, Warga Dusun Sumber Taman Pakong, Wawancara Langsung ( 13 Januari 2020).

<sup>12</sup> Kur, Warga Dusun Sumber Taman Pakong, Wawancara Langsung (13 Januari 2020).

<sup>13</sup> Agus, Guru MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Desember 2019).

saat itu sudah menjadi madrasah adiwiyata (wisata) berinisiatif untuk bekerja sama dengan Kepala desa Bajang untuk kembali merenovasi wisata tersebut menjadi lebih baik dan menarik. *Public relations* menjadi jalan penghubung antara madrasah dan masyarakat desa Bajang dalam menjalin kerja sama ini. Kerja sama ini memberikan keuntungan baik bagi madrasah dan masyarakat desa Bajang. Siswa MTsN 3 Pamekasan dapat mengeksplor kreativitas yang dimiliki, sedangkan bagi masyarakat desa Bajang dapat meningkatkan pendapatan dari wisata bukit Brukoh (*brukoh hill*). Berikut paparan dari *public relations* MTsN 3 Pamekasan:

“Sebagai *public relations* menjadi suatu kebanggaan bagi kami dan madrasah sehingga bisa menjalin kerja sama dengan Kepala desa Bajang. Katakanlah sebagai simbiosis mutualisme karena dengan adanya kerja sama ini kami dapat mengeksplor potensi siswa dalam mempermak bukit brukoh dan mengajarkan kepada mereka bahwa alam ada untuk dijaga bukan untuk dihancurkan. Sedangkan bagi masyarakat desa bajang akan mendapatkan nilai positif dalam meningkatkan dana desa.”<sup>14</sup>

Paparan di atas merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh *public relations* dalam membangun citra baik di masyarakat sekitar lingkungan madrasah. Selanjutnya usaha yang dilakukan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan yakni mengenalkan madrasah kepada masyarakat luas dengan mengadakan acara di luar sekolah, seperti ketika memperingati hari besar Islam, MTsN 3 Pamekasan menempatkan acaranya di berbagai masjid yang tersebar di Kecamatan Pakong. Tetapi sebelum melaksanakan agenda, dibutuhkan peran dari *public relation* untuk mengkomunikasikan dengan aparat desa dan tokoh masyarakat, sehingga acara tidak hanya diikuti oleh

---

<sup>14</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

siswa dan guru MTsN 3 Pamekasan, melainkan masyarakat desa juga diikuti sertakan dalam acara. Secara tidak langsung akan terbentuk paradigma baik di masyarakat mengenai MTsN 3 Pamekasan. Selaras dengan pernyataan bapak Fahrudin:

“Ketika kami akan mengadakan kegiatan di luar madrasah seperti memperingati hari besar dalam Islam, sebelumnya *public relations* mengajukan MOU kepada aparat desa dan pengurus masjid yang akan kami tempati.”<sup>15</sup>

Selain merealisasikan strategi *human communication, public relations* MTsN 3 Pamekasan memaksimalkan *media communications* sebagai alat publikasi. Website dan media sosial akan memudahkan masyarakat untuk mengetahui lebih mendalam mengenai MTsN 3 Pamekasan tanpa perlu mendatangi madrasah. Berikut wawancara peneliti dengan admin website Bapak Muhtar:

“Salah satu strategi yang kami canangkan dalam peningkatan *capacity building* yakni menggunakan media publikasi, baik media klasik seperti penyebaran brosur, kalender dan banner. Namun kami juga berusaha memaksimalkan media elektronik (modern) seperti website, facebook, whatsapp dan twitter.”<sup>16</sup>

Berikut contoh brosur edaran yang digunakan MTsN 3 Pamekasan dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB).

---

<sup>15</sup> Fahrudin, *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

<sup>16</sup> Muhtar, Tim Website *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

Gambar 4.2

Brosur PPDB 2017



Gambar 4.4

Brosur PPDB 2019



Gambar 4.3

Brosur PPDB 2018



Gambar 4.5

Brosur PPDB 2020



Adapun daftar nama-nama media yang digunakan beserta jumlah pengikutnya adalah sebagai berikut;

Tabel 4.1

Daftar Media Publikasi MTsN 3 Pamekasan

Media	Nama media	Tahun buat	Alamat	Jumlah pengikut
-------	------------	------------	--------	-----------------

Elektronik	Website	2009	MTs NEGERI 3 PAMEKASAN Madrasah Edukotorism	238.680
	Facebook	2009	MTs Negeri Sumber Bungur Pamekasa 3	1.215
	Twitter	2016	MTsN Sumber Bungur	8
	whatsapp	2009	GERAMM Gerakan Ayo Membangun Madrasah	Seluruh guru MTsN 3 Pamekasan

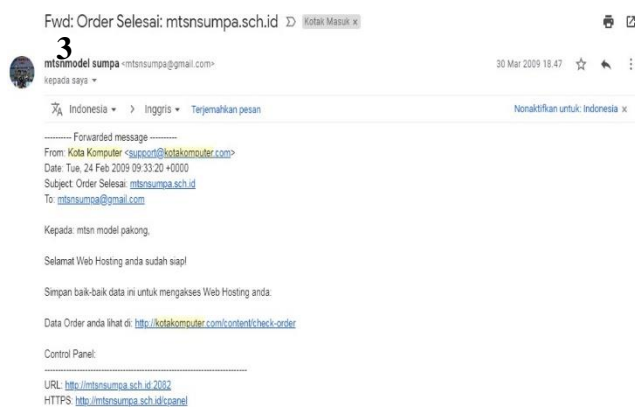
Tabel 4.1 memaparkan alamat media yang digunakan oleh MTsN 3 Pamekasan, pada awalnya alamat website MTsN 3 Pamekasan bernama [www.mtsnsumpa.sch.id](http://www.mtsnsumpa.sch.id) kemudian berubah menjadi [mtsn3pamekasan.sch.id](http://mtsn3pamekasan.sch.id). Gambar 4.6 merupakan tanda bukti pertama kali pendaftaran domain dan hosting untuk MTsN Sumber Bungur.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Muhtar, Tim Website *Public Realations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Via Whatsapp (04 Februari 2020).

Gambar 4.6

## Bukti pendaftaran domain



Gambar 4.7

## Bukti hosting MTsN



Website MTsN 3 Pamekasan diciptakan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat agar mudah mengakses informasi mengenai lembaga dengan cepat dan dapat dipercaya. Hal positif lainnya dengan adanya website dan media sosial, masyarakat yang bisa mengakses informasi tentang MTsN 3 Pamekasan tidak hanya dari masyarakat Madura, melainkan dari beberapa daerah yang tersebar di Pulau Jawa.<sup>18</sup> Kepala madrasah, Bapak Holis juga menuturkan bahwa beliau sempat mewawancarai salah satu murid yang berasal dari luar Madura mengenai alasan siswa tersebut memilih sekolah di MTsN 3 Pamekasan, dan siswa tersebut mengaku mendapatkan informasi mengenai madrasah melalui website MTsN 3 Pamekasan.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Holis, Kepala MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Januari 2020).

<sup>19</sup> Holis, Kepala MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (13 Januari 2020).

Dengan website masyarakat juga dapat mengetahui sepak terjang dari MTsN 3 Pamekasan serta prestasi-prestasi yang didapatkan oleh madrasah.

Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan Bapak Muhtar berikut:

“Dalam website MTsN 3 Pamekasan terdapat profil madrasah beserta kegiatan rutin yang dilakukan madrasah baik itu proses pembelajaran, kegiatan ekstra kulikuler hingga prestasi yang kami dapatkan juga di-*publish* di website dan untuk media lain seperti facebook, twitter dan whatsapp kami menggunakan sistem link sehingga melalui link tersebut masyarakat dapat mengakses langsung berita yang kami *upload* diserver.”<sup>20</sup>

Dari beberapa media yang disebutkan, *public relations* MTsN 3 Pamekasan juga menjalin kerja sama dengan beberapa media publikasi lainnya seperti media online dan media cetak. Media tersebut dinamakan media partner. Bapak Muhtar menjelaskan bahwa madrasah juga menjalin kerja sama dengan media lain sehingga jika terdapat informasi penting mengenai MTsN 3 Pamekasan, masyarakat dapat segera mengetahui berita dan jika madrasah mendapatkan prestasi-prestasi atau mengadakan kegiatan, secara otomatis berita tersebut akan terkirim ke media yang bekerja sama dengan madrasah. Adapun media partner yang menjalin kerja sama dengan MTsN 3 Pamekasan meliputi Kabar Sumpa, Berita Jatim.com, Tribun Madura.com, Media Jatim.com, Pamekasan NU Online, Radar Madura Jawa Pos.<sup>21</sup>

Kedua media yang digunakan *public relations* MTsN 3 Pamekasan mempunyai tujuan dan manfaat tersendiri, seperti yang dipaparkan oleh bapak Muhtar bahwa terdapat kekurangan dan kelebihan dari media

---

<sup>20</sup> Muhtar, Tim Website *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

<sup>21</sup> Muhtar, Tim Website *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).



elektronik maupun klasik. Media klasik seperti brosur, kalender dan banner mempunyai kelebihan sebagai salah satu alat publikasi dan penyebar informasi mengenai keberadaan madrasah, namun kedua alat ini mempunyai kelemahan berupa masyarakat tidak mendapatkan informasi lebih kecuali dari brosur yang telah dipublikasi dan madrasah tidak dapat mengetahui secara langsung *feedback* dari masyarakat melalui ketiga alat tersebut.<sup>22</sup>

Adapun media elektronik seperti website, facebook, twitter dan whatsapp mempunyai kelebihan sebagai sarana publikasi resmi madrasah, membangun *brand* dan reputasi, fleksibel dan dapat selalu diakses, memperkenalkan profil madrasah, jangkauan luas, dapat mengetahui *feedback* secara langsung dan mampu meningkatkan kredibilitas madrasah. Sedangkan kekurangan dari media elektronik terletak pada sewa yang mahal, jaringan yang kadang tersendat dan *feedback* yang rumit dikarenakan tim yang bertugas mempunyai pekerjaan lain.<sup>23</sup> Selaras dengan pernyataan Bapak Muhtar selaku tim website:

“Lembaga ini merupakan lembaga pendidikan dimana yang berada di dalamnya merupakan tenaga pendidik (guru) dan siswa. Saya menjadi tim website *public relations* ini adalah tugas lain yang diberikan madrasah kepada saya. Sebenarnya saya senang melihat komentar dari masyarakat, ada yang berupa masukan dan kritik yang membangun untuk madrasah. Namun kembali lagi tugas utama saya di madrasah sebagai guru, jadi saya tidak bisa intens selama 24 jam menjawab komentar masyarakat. Sejauh ini kami masih memaksimalkan di website dan facebook sebagai sarana publikasi, whatsapp sebagai alat komunikasi kami dengan para guru berkaitan dengan kebijakan dan kepentingan madrasah. Sedangkan untuk twitter kami belum bisa

---

<sup>22</sup> Muhtar, Tim Website *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

<sup>23</sup> Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 49.

memaksimalkan tapi untuk kedepannya akan kami usahakan untuk aktif disana melihat pengguna twitter juga banyak.”<sup>24</sup>

## B. Temuan Penelitian

### 1. Deskripsi, Peran *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan

Berdasarkan paparan data yang telah diulas di atas peneliti dapat mengetahui bagaimana pemahaman mengenai *public relations* serta peran yang dimiliki seorang *public relations*. *Public relations* adalah komunikasi yang dilakukan baik ke dalam maupun ke luar, dalam hal ini komunikasi ke dalam adalah bentuk komunikasi yang dilakukan *public relations* dengan seluruh guru, siswa dan semua orang yang berada di MTsN 3 Pamekasan, sedangkan komunikasi keluar adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* terhadap masyarakat luas.

Adapun peran dari seorang *public relations* adalah sebagai pembentuk identitas madrasah. *Public relations* mempunyai peran untuk menjalin komunikasi dengan publik madrasah, mengenalkan madrasah kepada masyarakat luas dan memberikan informasi tentang keberadaan madrasah.

### 2. Strategi *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan dalam Peningkatan *Capacity Building*

Strategi *public relations* MTsN 3 Pamekasan dalam peningkatan *capacity building* terbagi menjadi dua strategi umum. *Pertama*, strategi komunikasi manusia (*human communication*) yakni dalam peningkatan kapasitas (*capacity building*) *public relations* MTsN 3 Pamekasan menjalin komunikasi baik

---

<sup>24</sup> Muhtar, Tim Website *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan, Wawancara Langsung (07 Desember 2019).

dengan publik (*internal* dan *eksternal*). Berikut beberapa strategi *human communication, pertama, public relations* dibantu oleh beberapa tim lainnya untuk mensosialisasikan madrasah ke lembaga pendidikan dasar dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat, tetap menyambung silaturahmi dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat. Guru-guru madrasah sering menyambangi rumah tetangga untuk sekedar bersilaturahmi.

*Kedua*, memberikan dampak positif dengan keberadaan MTsN 3 Pamekasan. Kebijakan yang dikeluarkan madrasah tentang larangan membawa kendaraan ke lingkungan madrasah memunculkan kerja sama yang dikomunikasikan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan kepada masyarakat sekitar. Kerja sama ini merupakan adanya sewa parkir yang disediakan masyarakat, serta keuntungannya dapat diambil masyarakat. Selain itu, *public relations* MTsN 3 Pamekasan bekerja sama dengan salah satu Kepala Desa di daerah Pakong, tepatnya Desa Bajang untuk mengembangkan salah satu wisata alam bernama bukit brukoh. MTsN 3 Pamekasan yang mendapat gelar madrasah adiwiyata (berbudaya lingkungan/wisata) mempunyai inisiatif untuk merenovasi wisata alam ini menjadi lebih menarik dan mempunyai daya jual. Kerja sama ini memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun bagi MTsN 3 Pamekasan, siswa dapat meng-*explore* kreatifitas dan memberikan pelajaran bagi siswa bahwa adanya alam untuk dijaga dan dilestarikan, sedangkan bagi masyarakat desa Bajang memberikan manfaat dalam meningkatkan pendapatan dari wisata bukit brukoh.

*Ketiga*, MTsN 3 Pamekasan mengadakan kegiatan di luar madrasah, seperti setiap tahunnya MTsN 3 Pamekasan memperingati hari besar Islam di berbagai

masjid yang berbeda. Dalam hal ini peran *public relations* menjadi penghubung untuk mengkomunikasikan agenda terhadap pengurus masjid, kepala desa dan beberapa tokoh masyarakat. Sehingga acara tidak hanya dihadiri oleh siswa dan guru MTsN 3 Pamekasan, melainkan masyarakat juga ikut berpartisipasi.

Membangun komunikasi yang baik dengan *public internal* madrasah juga dilakukan oleh *public relations*. MTsN 3 Pamekasan mempunyai group whatsapp tersendiri untuk memudahkan dalam berkomunikasi, group whatsapp madrasah dapat memudahkan *public relations* dalam penyebaran informasi sehingga tugas dan tanggung jawab masing-masing guru dapat diketahui melalui group tersebut. Komunikasi antara guru dengan kepala madrasah, kepala madrasah dengan guru ataupun antar sesama guru juga lebih mudah untuk saling berdiskusi dan memberikan saran mengenai pembelajaran atau masukan demi kemajuan madrasah.

*Kedua*, strategi yang digunakan *public relations* MTsN 3 Pamekasan yakni komunikasi media (*media communication*) adalah mengenalkan MTsN 3 Pamekasan dengan menggunakan media sebagai alat publikasi. Media yang digunakan terdiri dari dua jenis media, yaitu media klasik dan elektronik (modern). Media klasik terdiri dari brosur, kalender dan banner. Media klasik seperti brosur, kalender dan banner merupakan alat promosi yang sifatnya memberikan informasi tanpa adanya *feedback* langsung dari pembacanya. Sedangkan media elektronik (modern) yang digunakan adalah website resmi dan beberapa media sosial, seperti whatsapp, facebook dan twitter. Aplikasi whatsapp merupakan media internal yang digunakan dalam membangun komunikasi antar sesama *publik internal*, sehingga dengan adanya group

whatsapp diharapkan mampu menjadi media efektif dalam mewujudkan visi misi madrasah. Sedangkan website, facebook dan twitter adalah media promotor yang digunakan *public relations* dalam peningkatan *capacity building* madrasah.

Website sebagai media resmi MTsN 3 Pamekasan berisi informasi mengenai MTsN 3 Pamekasan, baik profil, struktur madrasah, kegiatan yang dilakukan, prestasi-prestasi yang didapatkan baik dalam kancah Nasional maupun Internasional. Berita yang di-*publish* di website selanjutnya di-*share* (dibagikan) ke facebook dan twitter MTsN 3 Pamekasan melalui link, sehingga masyarakat dapat mengetahui kredibilitas berita yang dibaca. Melalui media ini *public relations* dapat mengetahui bagaimana respon masyarakat mengenai berita yang telah dipublikasi, ada yang berupa masukan, kritikan dan saran.

Selain kedua jenis media di atas, *pubic relations* MTsN 3 Pamekasan menjalin kerja sama dengan beberapa media lainnya. Kerja sama ini disebut media partner oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan. Media tersebut seperti Kabar Sumpa, Berita Jatim. com, Tribun Madura.com, Media Jatim.com, Pamekasan NU Online, Radar Madura Jawa Pos. dengan adanya kerja sama ini informasi mengenai MTsN 3 Pamekasan dapat diakses oleh masyarakat luas.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Deskripsi, Peran *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan**

Sebuah organisasi atau lembaga dapat dikenal oleh masyarakat pastinya tidak lepas dari peran seorang *public relations*. *Public relations* adalah

mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya.<sup>25</sup> Pemahaman lainnya mengenai *public relations* menurut Edward L. Berney dalam buku *The Engineering of Consent* (1995) menyatakan *public relations* merupakan tindakan membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik.<sup>26</sup>

Beberapa pemahaman di atas memberikan penjelasan bahwa *public relations* merupakan salah satu poin penting bagi suatu organisasi atau lembaga demi terjalinnya hubungan baik antara organisasi dengan publik. Sama halnya dengan *public relations* MTsN 3 Pamekasan, bapak Fahrudin menjelaskan bahwa *public relations* mempunyai tugas dan peran dalam menjalin komunikasi dengan publik internal madrasah, meliputi komite, guru, karyawan dan seluruh masyarakat yang menjadi bagian madrasah, dan publik eksternal meliputi masyarakat luas. Sehingga akan terbentuk keselarasan antara organisasi dengan publik.

Adapun peran dari *public relations* secara umum terbagi menjadi 3 poin yaitu:<sup>27</sup>*Pertama*, mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya, *public relations* MTsN 3 Pamekasan bertindak sebagai mediator (alat penghubung) organisasi dengan publik. Segala sesuatu yang berupa saran, kritikan atau masukan dari publik internal maupun eksternal bila itu dianggap penting demi kemajuan madrasah, maka *public relations* menjadi komunikator (penyampai pesan) terhadap petinggi-petinggi madrasah.

---

<sup>25</sup> Artis, "Strategi Komunikasi Public Relations," *Jurnal Sosial Budaya*, 02 (Juli- Desember, 2011), hlm.,186.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup>Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, hlm. 37.

*Kedua*, menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul. Selain menjadi salah satu wadah untuk menampung aspirasi publik, *public relations* MTsN 3 Pamekasan juga bertindak sebagai salah satu bagian penting dalam menentukan sebuah keputusan, apa yang didapatkan di lapangan akan menjadi poin penting bagi para petinggi madrasah.

*Ketiga*, menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi. Salah satu tugas dari seorang *public relations* adalah mampu menciptakan citra baik di mata publik.<sup>28</sup> begitu pula dengan *public relations* MTsN 3 Pamekasan harus mampu menciptakan citra baik bagi publik internal maupun eksternal. Untuk menciptakan citra baik, perlu kiranya bagi seorang *public relations* untuk mengetahui bagaimana karakter dari publiknya, sehingga saat menjalin komunikasi dengan mereka, apa yang menjadi kebutuhan madrasah dan masyarakat dapat diketahui oleh *public relations*. selain itu, *public relations* berperan untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai keberadaan madrasah, baik itu secara langsung atau melalui media elektronik.

## 2. Strategi *Public Relations* MTsN 3 Pamekasan dalam Peningkatan *Capacity Building*.

*Public relations* atau yang kerap dikenal dengan hubungan masyarakat (humas) merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan, atau sebab akibat.<sup>29</sup> Istilah *public relations* atau hubungan masyarakat dicetuskan oleh salah satu ilmuwan barat bernama Ivy Lee dengan keberhasilannya

---

<sup>28</sup> Ibid. hlm. 39.

<sup>29</sup> Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas*, hlm. 3.

mengatasi masalah pada masa itu. Dengan adanya penemuana ini *public relations* terus berkembang menjadi disiplin ilmu tersendiri yang mengkaji tentang bagaimana mengatasi masalah dan membangun relasi dari sebuah perusahaan, lembaga atau organisasi.

Pada dasarnya praktik *public relations* atau hubungan masyarakat telah di jelaskan dalam Alquran sebagai bentuk disiplin ilmu yang perlu dikembangkan oleh umat manusia, seperti dalam surah Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ؕ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ؕ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (Q.S Al-Imran: 159).<sup>30</sup>

Ayat di atas menjelaskan tentang salah satu praktik *public relations* yakni sebagai manusia kita harus menjalin hubungan baik antar sesama dan berusaha memutuskan suatu perkara berdasarkan kesepakatan bersama. Sama halnya dalam sebuah organisasi atau lembaga, seorang *public relations* harus membangun hubungan baik dengan *public internal* maupun *eksternal* serta memutuskan kebijakan berdasarkan kesejahteraan publiknya.

*Public relations* bagi suatu lembaga atau organisasi secara tidak langsung mempunyai tugas untuk membangun hubungan baik dengan publik (*internal dan eksternal*). Baik tidaknya suatu lembaga atau organisasi terletak bagaimana *public relations* mampu menyusun strategi sesuai dengan kebutuhan publik.

---

<sup>30</sup> Departemen Agama, *Ar Rahman Mushaf Al-Qur'an Asmaul Husna* (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013) hlm, 71.



MTsN 3 Pamekasan sebagai salah satu lembaga pendidikan juga mempunyai *public relations* untuk mengenalkan madrasah kepada masyarakat.

Adapun pemahaman mengenai *capacity building* merupakan suatu proses yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang, organisasi atau sistem untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai.<sup>31</sup> *Public relations* yang berperan sebagai pembentuk citra mempunyai strategi dalam meningkatkan *capacity building*.

Ada beberapa tokoh yang memberikan pendapat mengenai pengertian strategi, salah satunya dikemukakan oleh Stephani K. Marrus yang dikutip oleh Sukristono, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>32</sup>

Dalam menyusun strategi terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan oleh *public relations*;<sup>33</sup> pertama, penelitian dan mendengarkan maksudnya sebagai seorang *public relations* perlu kiranya sebelum menentukan rencana, melakukan penelitian apa yang menjadi kebutuhan publiknya. Sama halnya dengan *public relations* MTsN 3 Pamekasan sebelum menentukan rencana (*plan*), *public relations* mengkaji serta melakukan observasi apa yang menjadi kebutuhan bagi publiknya, dalam hal ini publik *internal* adalah guru, pegawai dan murid, serta mengkaji apa yang menjadi kebutuhan publik *eksternal* (masyarakat).

---

<sup>31</sup> Rino Arnold, Pengembangan Kapasitas Kelembagaan dalam Peningkatan Prestasi Program Kreatifitas, hlm. 9.

<sup>32</sup> Husein Umar, *Strategi Management In Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm, 31.

<sup>33</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Edisi Revisi cetakan ke-6 (Jakarta: Grafindo Pustaka, 2005), hlm. 141.

*Kedua*, Perencanaan dan mengambil keputusan, dalam tahapan ini memunculkan ide-ide baru untuk menjawab apa yang telah didapatkan di bagian pertama. *Ketiga*, mengkomunikasikan dan pelaksanaan merupakan bagian bentuk implementasi dari ide yang telah ditetapkan bersama demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan yang terakhir adalah evaluasi sebagai penilaian terhadap strategi yang telah digunakan untuk mengetahui dimanakah letak kelebihan dan kekurangan dari strategi tersebut.

Sama halnya dengan *public relations* MTsN 3 Pamekasan dalam menentukan strategi terlebih dahulu melakukan beberapa bagian penting di atas. Sesuai dengan paparan data, peneliti menemukan beberapa strategi yang dilakukan oleh *public relations* dalam peningkatan *capacity building* (pembangunan kapasitas):

a. *Human Communication* (komunikasi manusia)

*Human Communications* merupakan bagian dari strategi yang dilakukan *public relations* untuk mengenalkan kepada masyarakat luas mengenai madrasah. *Public relations* menjadi komunikator menghubungkan organisasi dengan publiknya, secara efektif dan menciptakan ketergantungan organisasi dengan publiknya.<sup>34</sup> Membangun komunikasi yang baik dengan publik merupakan poin penting dalam peningkatan *capacity buliding*. Sosialisasi ke lembaga-lembaga pendidikan dasar adalah hal yang patut direalisasikan sebagai ikhtiar untuk keberlanjutan dan kemajuan MTsN 3 Pamekasan, membangun relasi

---

<sup>34</sup> Maman Chatamallah, "Strategi "Public Relations" dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus dengan Pendekatan "Marketing Public Relations" di Provinsi Banten." *MediaTor*, Vol. 9. No. 2 (Desember, 2008), hlm. 394

dengan para *stakholder* (pemangku kepentingan). Selain itu, *public relations* MTsN 3 Pamekasan ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat sekitar, begitu pula dengan MTsN 3 Pamekasan juga mengikut sertakan masyarakat ketika mengadakan sebuah acara. Tindakan tersebut bertujuan untuk menumbuhkan sikap simpati dan memunculkan rasa memiliki, bertanggung jawab terhadap MTsN 3 Pamekasan, seperti paparan dari salah satu warga yang tinggal disekitar lingkungan MTsN:

“Kepala madrasah dan guru-guru MTsN sering silaturahmi kerumah saya untuk sekedar bertanya bagaimana keadaan kami dan bagaimana sikap-sikap siswa MTsN, karena selama ini kami juga merasa bertanggung jawab untuk mengawasi tingkah laku para siswa yang berada di MTsN.”<sup>35</sup>

Membangun citra baik merupakan salah satu tugas utama bagi seorang *public relations*, dalam sebuah organisasi atau lembaga, peran *public relations* menjadi hal yang penting dalam pembentukan citra yang dapat menguntungkan bagi sebuah organisasi atau lembaga.<sup>36</sup> Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.<sup>37</sup>

strategi yang dicanangkan oleh *public relations* dalam peningkatan *capacity building* merupakan bentuk perencanaan yang sifatnya sudah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, kemudian diimplementasikan langsung di kehidupan masyarakat, sehingga nantinya masyarakat dapat mengetahui secara nyata bagaimana MTsN 3 Pamekasan sesuai dengan

---

<sup>35</sup> Ma'udah, Warga Dusun Pakong laok Pakong, Wawancara Langsung (13 Desember 2019).

<sup>36</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, hlm. 124.

<sup>37</sup> Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, hlm. 112.

informasi-informasi yang diketahui melalui media publikasi, dan dari informasi tersebut akan terbentuk citra di masyarakat, karena citra terbentuk dari proses berpikir seseorang yang digabungkan dengan pengetahuan (informasi) yang didapatkan dari organisasi tersebut.<sup>38</sup>

Ada beberapa hal yang dilakukan *public relations* dalam strategi *human communication*. *Pertama*, membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitar dan berusaha melibatkan mereka ketika MTsN 3 Pamekasan mengadakan acara-acara tertentu.

*Kedua*, memberikan dampak positif dengan keberadaan MTsN 3 Pamekasan. Kebijakan yang dikeluarkan madrasah tentang larangan membawa kendaraan ke lingkungan madrasah memunculkan kerja sama yang dikomunikasikan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan kepada masyarakat sekitar. Adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh madrasah tidak lain demi terciptanya proses belajar mengajar dengan baik dan tenang, melihat jumlah siswa yang banyak menyebabkan tempat parkir yang disediakan madrasah tidak mencukupi, selain itu untuk menciptakan lingkungan yang indah dan terhindar dari polusi. Kerja sama ini merupakan adanya sewa parkir yang disediakan masyarakat, serta keuntungannya dapat diambil masyarakat.

Selain itu, *public relations* MTsN 3 Pamekasan bekerja sama dengan salah satu Kepala Desa di daerah Pakong, tepatnya Desa Bajang untuk mengembangkan salah satu wisata alam bernama bukit brukoh. MTsN 3

---

<sup>38</sup> Kadek Dwi Cahaya Putra, "Strategi Public Relations Pariwisata Bali." *Ilmu Komunikasi*, Vol. 5 No. 1 (Juni, 2008), hlm. 44.

Pamekasan yang mendapat gelar Madrasah Adiwiyata (berbudaya lingkungan/wisata) mempunyai inisiatif untuk merenovasi wisata alam ini menjadi lebih menarik dan mempunyai daya jual. Kerja sama ini memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun bagi MTsN 3 Pamekasan, siswa dapat meng-*eksplora* kreatifitas dan memberikan pelajaran bagi siswa bahwa adanya alam untuk dijaga dan dilestarikan, sedangkan bagi masyarakat desa Bajang memberikan manfaat dalam meningkatkan pendapatan dari wisata bukit brukoh.

*Ketiga*, MTsN 3 Pamekasan mengadakan kegiatan di luar madrasah, seperti setiap tahunnya MTsN 3 Pamekasan memperingati hari besar Islam di berbagai masjid yang berbeda. Dalam hal ini peran *public relations* menjadi penghubung untuk mengkomunikasikan agenda terhadap pengurus masjid, kepala desa dan beberapa tokoh masyarakat. Sehingga acara tidak hanya dihadiri oleh siswa dan guru MTsN 3 Pamekasan, melainkan masyarakat juga ikut berpartisipasi.

Fenomena di atas merupakan bentuk usaha yang dilakukan oleh *public relations* MTsN 3 Pamekasan dalam membangun citra baik di masyarakat. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari sebuah perusahaan atau organisasi.<sup>39</sup> Sehingga kegiatan yang secara langsung melibatkan masyarakat akan memunculkan kesan tersendiri.

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut.<sup>40</sup> *Public relations* MTsN 3

---

<sup>39</sup> Poppy Ruliana, dan Ririh Dwiantari, "Startegi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata." *Aspikom*, Vol. 2, No. 4 (Januari, 2015), hlm. 263.

<sup>40</sup> Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, hlm. 114.

Pamekasan menuturkan bahwa sejauh ini beliau dalam membangun komunikasi dan menjalin kerja sama dengan masyarakat berjalan dengan baik dan diterima dengan senang hati, mengenai hambatan pasti ada namun dapat diatasi dengan baik oleh pihaknya.

Kajian ini menurut peneliti sesuai dengan salah satu teori *public relations* yang bernama teori *organizations public relationship* (OPR) merupakan teori pengembangan teori *excellence* yang menitik fokuskan terhadap aktivitas komunikasi yang menghubungkan organisasi dan publik. Dalam praktik ini komunikasi ditujukan untuk menjaga keuntungan yang bisa dirasakan oleh para peserta komunikasi, organisasi, dan publik. Yakni adanya keseimbangan kepentingan antara keduanya. Teori ini juga menjelaskan adanya situasi yang terjadi antara organisai dan publiknya akan berdampak bagi kesejahteraan ekonomi, sosial, budaya, atau politik dari masing-masing pihak.<sup>41</sup>

*Public relations* MTsN 3 Pamekasan dalam hal ini menjadi komunikator (penyampai pesan) terhadap publik (*internal* dan *eksternal*) yang aktif memberikan informasi sesuai kebutuhan publiknya. Dengan demikian akan terjadi keselarasan antara publik *internal* dan *eksternal* sehingga mampu menghasilkan keuntungan bagi keduanya. Seperti salah satu kebijakan yang telah dipaparkan diatas, bentuk kerja sama yang telah dibangun dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat dan madrasah. Disisi lain dengan adanya kerja sama tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan mampu membuka

---

<sup>41</sup> Rachmat Kriyanto, *Teori-Teori Public Relations*, hlm. 278-279.

lapangan pekerjaan. Sedangkan bagi MTsN 3 Pamekasan menjadi nilai lebih, dengan adanya kebijakan larangan membawa kendaraan ke area madrasah mampu menciptakan pembelajaran yang efektif dan nyamannya dalam proses belajar mengajar karena terbebas dari suara kendaraan dan lingkungan madrasah tidak terkontaminasi polusi.

Contoh selanjutnya adanya kerja sama dengan Kepala Desa Bajang merupakan salah satu pencapaian yang dilakukan oleh *public relations* dalam menjalankan tugasnya sebagai pembentuk citra. MTsN 3 Pamekasan yang pada saat itu sudah menjadi madrasah adiwiyata dapat mengeksklore pengetahuan siswanya tidak hanya dalam lingkup madrasah, namun juga dapat menuangkan kemampuannya di salah satu pariwisata yang berada di daerah Pakong. Sedangkan bagi masyarakat Desa Bajang dengan adanya kerja sama tersebut akan berdampak terhadap kesejahteraan lingkungan maupun ekonomi.

Selanjutnya *public relations* juga mempunyai tugas untuk membina sikap mental anggota dengan menumbuhkan ketaatan dan kepatuhan kepada lembaga atau organisasi, menumbuhkan semangat serta mendorong kesadaran lembaga atau perusahaan dengan publik *internal* (dalam).<sup>42</sup> Demi tercapainya hal tersebut *public relations* MTsN 3 Pamekasan mempunyai group whatsapp untuk memudahkan komunikasi, baik antar guru dengan para petinggi madrasah. Group tersebut juga dijadikan sebagai salah satu penyebaran informasi yang efektif dalam lingkup madrasah selain mading,

---

<sup>42</sup> Soleh Soemirat, dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 89

*public relations* juga dengan mudah meng *up-date* (memperbarui) informasi-informasi yang didapatkan dari pimpinan atau informasi terkini mengenai lomba-lomba yang akan diselenggarakan. Melalui group whatsapp, memudahkan para guru untuk sekedar berbagi pendapat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan madrasah, memberikan masukan kepada pimpinan atau sekedar saling sapa untuk meningkatkan hubungan silaturahmi antar publik *internal* MTsN 3 Pamekasan.

b. *Media Communications* (media komunikasi)

Kegiatan *public relations* sangat erat kaitannya dengan publikasi, sesuai dengan tujuan *public relations* yakni memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atas masyarakat pada umumnya.<sup>43</sup> Untuk mencapai tujuan tersebut *public relations* MTsN 3 Pamekasan menggunakan beberapa media sebagai salah satu ikhtiar dalam meningkatkan *capacity building*. *Pertama*, *public relations* menggunakan media klasik sebagai media publikasi untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai keberadaan madrasah. Media klasik ini berupa brosur edaran mengenai MTsN 3 Pamekasan yang dibuat untuk penerimaan peserta didik baru, banner sebagai salah satu publikasi yang sifatnya juga untuk mempromosikan madrasah, dan yang terakhir adalah kalender, berisi tentang hal-hal positif mengenai madrasah.

Ketiga media klasik diatas mempunyai manfaat sebagai salah satu alat promosi lembaga atau madrasah. Sedangkan letak kekurangannya adalah

---

<sup>43</sup> Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, hlm. 7.



*public relations* tidak dapat mengetahui secara langsung *feedback* (balikan/respon) yang diberikan oleh masyarakat.

*Kedua*, media elektornik (modern) adalah alat publikasi yang penyebarannya dapat diakses oleh masyarakat luas, media ini merupakan salah satu kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi. Melihat kebutuhan tersebut, *public relations* MTsN 3 Pamekasan memunculkan strategi dengan menggunakan media elektronik, yakni menggunakan website, aplikasi whatsapp, facebook, dan twitter. Media tersebut berisikan profil madrasah, fasilitas, prestasi-prestasi yang didapatkan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh MTsN 3 Pamekasan. Semua media elektronik diatas dipantau langsung oleh tim *public relations*, baik dari meng-*hunting* berita hingga publikasi. Dari media tersebut *public relations* dapat memantau bagaimana respon masyarakat terhadap setiap berita yang telah dipublikasi ke masing-masing media.

Selain itu *public relations* MTsN 3 Pamekasan menjalin hubungan pers atau yang mereka (*public relations* MTsN 3 Pamekasan) sebut dengan media partner. Hubungan pers tersendiri mempunyai arti suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui hubungan masyarakat atau *public relations* adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian.<sup>44</sup>

Adapun pemahaman mengenai media partner merupakan pihak, dapat berupa individu, kelompok, korporasi atau institusi, tapi lebih sering mengacu pada korporasi atau institusi, yang melakukan kerja sama dengan

---

<sup>44</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, hlm. 161.

media massa untuk menjadi pihak yang menyebarluaskan informasi tentang hal yang dikerjakan oleh korporasi.<sup>45</sup> Terdapat beberapa media yang menjalin kerja sama dengan MTsN 3 Pamekasan, meliputi Kabar Sumpa, Berita Jatim.com, Tribun Madura.com, Media Jatim.com, Pamekasan NU Online dan Radar Madura Jawa Pos. Dengan adanya media publikasi baik yang dibantu dengan media partner akan menghasilkan frekuensi publisitas cukup tinggi yang memiliki pengaruh luar biasa besarnya terhadap pembentukan opini publik dalam waktu relatif singkat, sehubungan dengan jumlah pembaca atau audiensi yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan dalam kurun waktu bersamaan.<sup>46</sup>

Kelebihan dari media elektronik (modern) adalah sebagai sarana publikasi resmi madrasah, media promosi, alat untuk membangun *brand* dan reputasi, fleksibel dan dapat selalu diakses, jangkauan luas dan yang paling penting *public relations* dapat mengetahui *feedback* yang diberikan oleh pembaca atau masyarakat mengenai berita yang dipublikasi. Adapun kekurangan dari media elektronik (modern) adalah terletak pada sewa yang mahal dan jaringan yang kadang tersendat.

Penulis mengamati dalam kajian ini erat kaitannya dengan salah satu teori populer di bidang komunikasi massa yakni teori agenda setting. Teori yang dikenalkan oleh Maxwell dan Donald Shaw ini menjelaskan bahwa media bekerja membentuk agenda khalayak menjadi seperti hal yang penting berdasarkan informasi yang mereka terima melalui media massa.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Iswandi Syahputra, *Media Relations* (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 141.

<sup>46</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, hlm. 160

<sup>47</sup> Iswandi Syahputra, *Media Relations*, hlm. 11.

Bapak Fahrudin selaku *public relations* MTsN 3 Pamekasan menjelaskan bahwa sebelum mempublikasi berita, beliau bersama tim lainnya melakukan rapat melalui group whatsapp perihal apa saja yang akan dipublikasi di media madrasah, berita yang dianggap penting dan mempunyai daya tarik bagi masyarakat akan menjadi nilai tambah bagi madrasah. Pemberitaan yang berisi tentang prestasi yang didapatkan oleh siswa maupun guru menjadi poin penting untuk dipublikasi serta hal-hal yang berkaitan dengan madrasah.

Sesuai dengan *second level agenda-setting* yang menjelaskan bahwa media tidak saja menyampaikan berita berdasarkan fakta peristiwa, tetapi menonjolkan hal khusus dari peristiwa berdasarkan agenda media.<sup>48</sup> Peneliti menemukan bahwa di website resmi MTsN 3 Pamekasan berisi berita yang menonjolkan terhadap prestasi-prestasi yang didapatkan oleh madrasah, meskipun demikian terdapat berita yang menjelaskan terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan di madrasah.

Salah satu prestasi akademik yang didapatkan MTsN 3 Pamekasan yakni MTsN 3 Pamekasan dinobatkan menjadi sebagai Madrasah Literasi di tahun 2019, di tahun yang sama salah satu siswa MTsN 3 Pamekasan meraih medali perak kategori individual contest dan gold robotic medal kategori team contest dalam salah satu even *Internasional Science Competition* (ISC).<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Iswandi Syahputra, *Media Relations*, hlm. 11.

<sup>49</sup> <https://mtsn3pamekasan.sch.id> (diakses pada 27 Februari 2020, pukul 09:25).

**Gambar 4.8**  
**Salah Satu Prestasi MTsN**



**Gambar 4.9**  
**Gambar Siswa Berprestasi**

