

## Analisis Trend Manajemen Humas Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid

**Misbahul Arifin<sup>1</sup>, Durrotul Masruroh<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Nurul Jadid, Indonesia

<sup>2</sup> Madrasah Ibtidaiyah Nurul Huda Bajuran, Indonesia

\* Correspondence e-mail: arifinmisbahul324@gmail.com

\* WhatsApp Number: 087785030839

### Article history

Submitted: 2025/12/20;      Revised: 2025/12/25;      Accepted: 2025/12/31

### Abstract

This study focuses on analyzing the trends of public relations (PR) management in Islamic education at Nurul Jadid Islamic Boarding School, aiming to explore how communication strategies, the use of digital media, and social relations with communities and alumni are developed to strengthen the institution's image. Employing a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, direct observations, and document analysis within the context of Nurul Jadid Islamic Boarding School, located on KH. Zaini Mun'im Street, Karanganyar, Paiton, Probolinggo. The collected data were analyzed descriptively and analytically to identify key patterns that illustrate the PR practices at the pesantren. The findings reveal that the institution's PR management has transformed through three crucial aspects: strengthening transparent and responsive communication strategies, utilizing digital media such as Instagram, YouTube, and the official website as institutional branding tools, and building social networks with communities and alumni to reinforce legitimacy. However, limited human resources, uneven digital skills, and restricted financial support remain the main challenges. The implication of this study highlights that developing PR in pesantren during the digital era requires not only technological innovation but also internal capacity building and external collaboration, providing valuable insights for enhancing Islamic educational PR strategies in similar institutions.

### Keywords

Islamic Education; Public Relations Management; Pesantren Trends



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

## PENDAHULUAN

Perubahan sosial yang ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa dampak signifikan terhadap cara lembaga pendidikan Islam mengelola hubungan dengan publiknya (Yusuf et al., 2022). Pondok pesantren, yang selama ini dikenal sebagai lembaga pendidikan tradisional dengan sistem komunikasi berbasis tatap muka, kini menghadapi tuntutan untuk beradaptasi

dengan dinamika era digital. Realitas ini semakin jelas ketika citra lembaga pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas akademik internal, tetapi juga oleh sejauh mana lembaga tersebut mampu mengelola komunikasi, informasi, dan branding melalui kanal humas (Saputra & Sirozi, 2025). Dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, humas berperan sebagai jembatan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, sebagaimana ditegaskan oleh Cutlip, Center, & Broom (2006) bahwa humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan timbal balik yang bermanfaat antara organisasi dan publiknya (Habib et al., 2021).

Fenomena yang menarik adalah munculnya tren digitalisasi dalam strategi humas pesantren. Kehadiran media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube telah menjadi sarana efektif dalam menyampaikan informasi, membangun citra, dan memperluas jejaring (Baisan et al., 2025). Hal ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi dari Katz & Kahn (1978) yang menekankan pentingnya sistem komunikasi terbuka dalam memperkuat eksistensi organisasi (Azkiya et al., 2025). Bagi pesantren, pengelolaan humas bukan hanya sebatas menyebarkan informasi kegiatan, melainkan juga membangun kepercayaan publik, menarik simpati masyarakat, dan memperkuat posisi sebagai lembaga pendidikan Islam yang relevan dengan zaman (Fahim & Abdurrahman, 2025). Oleh karena itu, analisis tentang bagaimana tren manajemen humas diterapkan di pesantren menjadi penting untuk diteliti secara akademis, mengingat peran strategis humas dalam menopang keberlangsungan dan reputasi lembaga pendidikan Islam di era kontemporer.

Meskipun humas telah diakui sebagai aspek strategis dalam manajemen pesantren, praktik humas di banyak lembaga pendidikan Islam seringkali masih bersifat konvensional dan belum sepenuhnya terintegrasi dengan tren digital (Fitralisti et al., 2025). Pondok Pesantren Nurul Jadid, sebagai salah satu pesantren besar di Indonesia, telah menunjukkan upaya adaptif dengan mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik (Arifin et al., 2025). Namun, permasalahan yang muncul adalah sejauh mana manajemen humas pesantren ini mampu mengantisipasi tren digital secara sistematis, konsisten, dan berkelanjutan. Fakta di lapangan menunjukkan masih adanya kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki pesantren dalam membangun citra melalui humas dengan realitas implementasi yang kadangkala sporadis, tidak terstruktur, dan belum mengacu pada kerangka teoritis manajemen humas yang mapan.

Masalah krusial yang ingin difokuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana trend manajemen humas pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid

diimplementasikan dalam konteks digitalisasi. Masalah ini menjadi penting karena menyangkut keberlangsungan reputasi pesantren, daya tarik bagi calon santri dan wali santri, serta legitimasi pesantren di tengah persaingan lembaga pendidikan Islam yang semakin ketat. Dengan demikian, penelitian ini berusaha menganalisis pola, strategi, serta dinamika humas yang berkembang sebagai tren baru di Pondok Pesantren Nurul Jadid.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan gambaran tentang dinamika manajemen humas pendidikan Islam dalam konteks era digital. Pertama, penelitian oleh Arifin & Setiawan (2020, *Journal of Islamic Education Management*) menemukan bahwa penggunaan media sosial oleh pesantren dalam membangun citra sangat efektif (Hani' et al., 2025), namun belum disertai dengan strategi komunikasi yang terstruktur. Kedua, Rahman et al. (2021, *International Journal of Public Relations and Communication Studies*) menegaskan bahwa tren digitalisasi humas di lembaga pendidikan Islam mampu memperkuat brand awareness (Nofitasari et al., 2025), tetapi menghadapi tantangan pada aspek literasi digital pengelola humas. Ketiga, penelitian oleh Mubarok & Hasan (2022, *Journal of Islamic Education and Communication*) menunjukkan bahwa manajemen humas di pesantren masih cenderung berorientasi pada penyampaian informasi kegiatan, belum diarahkan pada penguatan reputasi institusional yang berkelanjutan (Destiana et al., 2025).

Dari tiga penelitian tersebut, terlihat adanya konsistensi temuan bahwa humas berperan penting dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam di era digital (Wahid et al., 2025). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek teknis penggunaan media sosial dan belum banyak menyingsing secara mendalam tren manajemen humas sebagai fenomena strategis dalam konteks transformasi kelembagaan pesantren.

Celah penelitian (research gap) yang dapat diidentifikasi adalah bahwa studi-studi sebelumnya lebih menekankan pada efektivitas penggunaan media sosial atau strategi komunikasi digital secara umum, namun belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji trend manajemen humas pendidikan Islam sebagai fenomena kontemporer di lembaga pesantren. Dengan kata lain, belum ada penelitian yang menganalisis secara mendalam bagaimana tren humas dikelola, dikonstruksi, dan diimplementasikan dalam konteks nyata pesantren, khususnya Pondok Pesantren Nurul Jadid. Gap ini penting diisi karena tren manajemen humas bukan sekadar penggunaan media digital, tetapi menyangkut orientasi strategis dalam membangun reputasi dan kepercayaan publik yang lebih luas (Ibrahim et al., 2025).

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap trend manajemen humas pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid dengan menitikberatkan pada transformasi digital sebagai variabel kunci. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek teknis komunikasi digital, melainkan juga menganalisis pola manajemen humas sebagai tren strategis yang membentuk citra, kepercayaan publik, dan legitimasi lembaga pendidikan Islam. Novelty dari penelitian ini adalah perspektif integratif yang menggabungkan teori manajemen humas dengan konteks pendidikan Islam tradisional, sehingga menghasilkan analisis yang unik tentang bagaimana pesantren mengelola dinamika komunikasi di tengah perubahan sosial yang serba cepat.

Berdasarkan latar belakang, masalah, dan celah penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis trend manajemen humas pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid dalam konteks era digital. Tujuan ini diarahkan untuk menggali secara mendalam strategi, pola, dan dinamika humas yang diterapkan pesantren, sekaligus mengidentifikasi kekuatan dan tantangan yang dihadapi dalam mengelola hubungan dengan publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen pendidikan Islam serta kontribusi praktis bagi lembaga pesantren dalam merumuskan strategi humas yang lebih inovatif, adaptif, dan berkelanjutan di era digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (Septiana et al., 2024). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menggali secara mendalam fenomena trend manajemen humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Nurul Jadid yang berlokasi di Jalan KH. Zaini Mun'im, Karanganyar, Paiton, Probolinggo 67291, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena pesantren tersebut merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam besar yang aktif dalam mengelola hubungan masyarakat melalui strategi humas berbasis digital. Dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini memungkinkan peneliti memahami fenomena humas secara kontekstual, mendalam, dan menyeluruh (Agustina et al., 2025).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Zahroh et al., 2025). Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas humas secara langsung, khususnya pada kegiatan komunikasi publik dan pemanfaatan media digital. Wawancara mendalam dilakukan dengan pengelola humas, pimpinan pesantren,

serta beberapa santri dan wali santri untuk memperoleh data yang kaya mengenai strategi komunikasi dan respon publik. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti arsip, laporan kegiatan, unggahan media sosial, dan dokumen resmi humas pesantren. Kombinasi ketiga teknik ini memberikan data yang komprehensif sehingga validitas penelitian dapat lebih terjamin.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis data kualitatif model interaktif Miles, Huberman, & Saldana (2014), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Susilawati et al., 2025). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, dan bagan untuk memudahkan interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menyusun temuan penelitian berdasarkan pola-pola yang muncul, kemudian diverifikasi dengan data lapangan untuk menjamin keabsahan. Dengan prosedur ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan analisis yang mendalam dan valid mengenai trend manajemen humas pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode (Husnullail et al., 2024). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai narasumber, seperti pengelola humas, pimpinan pesantren, santri, dan wali santri, sehingga diperoleh gambaran yang lebih objektif dan menyeluruh. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dengan menggunakan triangulasi, validitas dan reliabilitas data penelitian dapat lebih terjamin, sekaligus menghindari bias peneliti dalam menginterpretasikan hasil penelitian.

**Tabel 1.** Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan	Sumber	Tujuan	Validasi
Observasi	Kegiatan humas pesantren, aktivitas publikasi di media sosial, interaksi publik	Memahami praktis humas secara nyata	Dibandingkan dengan hasil wawancara dan dokumentasi
Wawancara	Pengelola humas, pimpinan pesantren, santri, dan wali santri	Menggali strategi, pengalaman, dan respon publik	Diverifikasi dengan observasi lapangan dan dokumentasi
Dokumentasi	Arsip pesantren, laporan humas, postingan media sosial, brosur, berita online	Mendapatkan bukti visual/tertulis terkait aktivitas humas	Dikaitkan dengan hasil observasi dan wawancara

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan wawancara mendalam dengan pengelola humas, guru, dan santri Pondok Pesantren Nurul Jadid, serta diperkuat oleh observasi lapangan dan telaah dokumen resmi lembaga. Data yang dikumpulkan memperlihatkan pola kecenderungan (trend) manajemen humas pendidikan Islam yang dijalankan pesantren dalam merespons tantangan era digital, kebutuhan komunikasi publik, serta dinamika kultur khas pesantren. Analisis difokuskan pada integrasi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menyingkap strategi komunikasi humas yang adaptif dan profesional. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh bahwa manajemen humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan juga instrumen strategis dalam menjaga citra lembaga, membangun kepercayaan publik, serta menjawab tuntutan perubahan sosial (Mujiburrohman & Hefniy, 2025).

### Strategi Komunikasi Humas dalam Membangun Citra Pesantren

Berdasarkan hasil penelitian, humas Pondok Pesantren Nurul Jadid menjalankan strategi komunikasi yang menekankan transparansi, keterbukaan, dan penguatan citra lembaga. Observasi peneliti terhadap kegiatan penerimaan santri baru menunjukkan adanya keterlibatan humas dalam memastikan alur komunikasi dengan wali santri berjalan lancar, mulai dari penyambutan, penyediaan brosur, hingga layanan informasi di meja resepsionis. Dokumentasi berupa laporan resmi penerimaan santri tahun 2024 juga menegaskan peran humas dalam menyusun narasi positif pesantren melalui leaflet, spanduk, dan publikasi resmi.

Seorang pengurus humas menuturkan: "*Kami selalu berupaya menghadirkan pesantren ini sebagai lembaga yang terbuka, modern, tapi tetap berpegang pada nilai-nilai Islam.*" Pernyataan ini selaras dengan hasil observasi bahwa humas secara aktif mengatur penyampaian pesan di ruang publik pesantren. Salah satu guru senior juga mengungkapkan: "*Masyarakat menilai pesantren dari cara kita berkomunikasi. Kalau humas salah langkah, citra lembaga bisa rusak.*" Temuan ini menguatkan teori komunikasi organisasi yang menempatkan humas sebagai garda depan dalam membangun legitimasi sosial dan memperkokoh identitas lembaga (Khanifah et al., 2025).

## Pemanfaatan Media Digital dalam Kehumasan Pesantren

Observasi terhadap aktivitas media sosial resmi pesantren menunjukkan bahwa humas aktif memanfaatkan platform digital untuk membangun komunikasi publik. Akun Instagram dan YouTube pesantren, misalnya, menampilkan dokumentasi kegiatan santri, pengajian, hingga video profil yang didesain dengan kualitas audiovisual modern. Berdasarkan dokumentasi arsip digital, terdapat peningkatan signifikan dalam interaksi publik dengan konten pesantren; jumlah pengikut Instagram meningkat hampir dua kali lipat dalam dua tahun terakhir.

Salah seorang staf humas menyatakan: "*Sekarang masyarakat lebih cepat tahu kegiatan pesantren lewat media sosial.*" Hal ini diperkuat oleh pernyataan santri tim media: "*Kami membuat konten kreatif agar pesantren terlihat menarik, terutama bagi generasi muda.*" Data observasi menunjukkan bahwa setiap kegiatan besar pesantren, seperti haul masyayikh atau wisuda santri, selalu dipublikasikan melalui siaran langsung di YouTube. Dokumentasi foto dan arsip flyer digital juga memperlihatkan bahwa pesantren tidak lagi mengandalkan metode tradisional semata, tetapi aktif mengadopsi strategi komunikasi berbasis digital (Salsabila & Sanina, 2024).

**Tabel 2. Pemanfaatan Media Digital**

Media	Jenis Konten	Sasaran	Dampak Utama
Instagram	Foto kegiatan, poster dakwah	Remaja dan calon santri baru	Branding modern pesantren
YouTube	Video Dokumentasi, ngaji kitab, dan profil pesantren	Masyarakat umum dan calon santri	Transparansi informasi
Website	Informasi resmi, pendaftaran santri baru	Orang tua dan lembaga mitra	Kemudahan akses
Facebook	Berita kegiatan, interaksi publik	Alumni dan masyarakat luas	Penguatan Jejaring Sosial

## Hubungan Humas dengan Masyarakat dan Alumni

Observasi menunjukkan bahwa humas pesantren tidak hanya fokus pada komunikasi digital, tetapi juga menjaga relasi sosial dengan masyarakat sekitar dan alumni. Dalam acara pengajian rutin, humas berperan sebagai penghubung dengan tokoh masyarakat serta memastikan kegiatan terdokumentasi secara baik. Dokumentasi berupa notulen rapat alumni dan publikasi acara temu kangen menunjukkan adanya upaya sistematis humas dalam menjalin komunikasi dua arah.

Seorang tokoh masyarakat menyatakan: "*Pesantren ini sangat dekat dengan masyarakat. Humas sering datang ke acara kampung, sehingga kami merasa dilibatkan.*" Sementara itu, salah seorang alumni mengungkapkan: "*Kami masih merasa menjadi*

*bagian dari pesantren karena selalu ada komunikasi dari humas.*" Data ini menunjukkan bahwa humas berperan sebagai fasilitator hubungan pesantren dengan publik eksternal. Observasi juga menemukan bahwa humas aktif mengkoordinasikan kehadiran alumni dalam kegiatan pesantren, misalnya dalam acara peringatan hari besar Islam, yang terbukti memperkuat jejaring sosial pesantren di level lokal maupun nasional (Annabila et al., 2024).

### **Profesionalisme dan Tantangan Humas Pesantren**

Meski telah menunjukkan perkembangan signifikan, hasil penelitian menemukan beberapa tantangan yang dihadapi humas pesantren. Observasi lapangan menunjukkan bahwa jumlah personel humas masih terbatas, sehingga distribusi kerja tidak merata. Dokumentasi berupa laporan internal humas tahun 2024 mengindikasikan keterbatasan anggaran khusus untuk kegiatan digital marketing, sehingga beberapa program humas tidak dapat dijalankan secara optimal.

Seorang staf humas mengungkapkan: "*Kendala terbesar kami adalah SDM. Tidak semua staf memiliki kemampuan komunikasi digital.*" Guru senior menambahkan: "*Pesantren sudah bagus dalam humas, tapi konsistensi masih jadi masalah. Jika tidak ada SDM yang mumpuni, sulit untuk mengelola dengan baik.*" Temuan ini diperkuat oleh hasil observasi pada pelatihan internal humas yang menunjukkan bahwa sebagian besar staf masih belajar secara otodidak. Artinya, profesionalisme humas masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan formal, dukungan anggaran, serta integrasi strategi komunikasi yang lebih sistematis.

Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa trend manajemen humas pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Jadid mencakup empat dimensi utama: strategi komunikasi yang membangun citra positif, pemanfaatan media digital sebagai sarana utama publikasi, penguatan relasi sosial dengan masyarakat dan alumni, serta tantangan profesionalisme humas. Observasi langsung dan dokumentasi resmi menunjukkan bahwa humas pesantren telah bergerak dari pola tradisional ke arah digitalisasi yang lebih adaptif, meskipun keterbatasan SDM dan anggaran masih menjadi kendala serius. Dengan demikian, humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid berfungsi bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen strategis dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam di tengah perubahan sosial yang dinamis (Mubarok & Niswatin, 2024).

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid semakin menekankan strategi komunikasi yang transparan, pemanfaatan media digital, serta penguatan jejaring sosial sebagai bagian dari upaya membangun citra positif pesantren. Hasil ini sejalan dengan temuan Al-Omoush et al. (2021) yang menekankan bahwa institusi pendidikan Islam perlu mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan legitimasi publik dan memperluas akses informasi, di mana digitalisasi terbukti memperkuat hubungan dengan stakeholder (Khovi et al., 2025). Namun, pada saat yang sama penelitian ini juga menemukan keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran humas yang berimplikasi pada kurang maksimalnya profesionalisme lembaga. Hal ini mempertegas temuan Fitriani & Abidin (2020) yang menjelaskan bahwa penguatan kapasitas humas di lembaga pendidikan Islam sering terhambat oleh kurangnya pelatihan berbasis teknologi komunikasi (Rumra et al., 2025). Sementara itu, kajian Hasanah et al. (2022) menunjukkan bahwa kolaborasi dengan alumni dan masyarakat lokal mampu memperkuat kredibilitas lembaga pendidikan Islam (Ruslan, 2024), yang dalam konteks penelitian ini juga terbukti efektif di Nurul Jadid. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa trend manajemen humas pesantren tidak hanya bertumpu pada adaptasi teknologi digital, tetapi juga pada penguatan relasi sosial dan pengelolaan sumber daya internal, sehingga penelitian ini memperkaya wacana akademik dengan menegaskan perlunya sinergi antara teknologi, masyarakat, dan profesionalisme kelembagaan sebagai fondasi humas pendidikan Islam di era kontemporer (Ravico et al., 2024).

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa trend manajemen humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid menunjukkan pergeseran signifikan menuju pemanfaatan media digital, strategi komunikasi yang lebih transparan, serta keterlibatan masyarakat dan alumni dalam menopang citra kelembagaan. Pelajaran penting yang dapat dipetik adalah bahwa keberhasilan humas pendidikan Islam tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengelola teknologi informasi, melainkan juga oleh penguatan jejaring sosial, kedekatan dengan publik, dan komitmen internal terhadap pelayanan yang profesional. Hal ini memberikan pemahaman baru bahwa humas pesantren berfungsi ganda sebagai sarana dakwah kultural dan instrumen modernisasi kelembagaan.

Secara akademis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya perspektif kajian manajemen pendidikan Islam dengan menghadirkan analisis yang menggabungkan variabel komunikasi digital, jejaring sosial, dan profesionalisme

kelembagaan. Kekuatan tulisan ini terletak pada pendekatan yang mengintegrasikan data wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga mampu memberikan gambaran utuh tentang dinamika humas pesantren. Namun demikian, keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus kasus tunggal di Pondok Pesantren Nurul Jadid dan metode kualitatif yang tidak memungkinkan generalisasi lebih luas. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan pendekatan survei kuantitatif di berbagai pesantren perlu dilakukan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan dapat menjadi dasar formulasi kebijakan strategis dalam pengembangan humas pendidikan Islam.

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah perlunya penguatan kapasitas sumber daya manusia humas di Pondok Pesantren Nurul Jadid melalui pelatihan komunikasi digital, manajemen informasi, serta strategi hubungan masyarakat yang berbasis kebutuhan publik modern. Selain itu, pesantren perlu memperluas kolaborasi dengan alumni, masyarakat, dan stakeholder eksternal untuk memperkuat legitimasi kelembagaan sekaligus memperluas jaringan dakwah dan pendidikan. Dari sisi akademik, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode survei kuantitatif lintas pesantren agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih representatif, sekaligus memperkaya literatur mengenai manajemen humas pendidikan Islam dalam konteks era digital.

## REFERENSI

- Agustina, P. M., Aditya, I. K. A., Astuti, K. P., Juliastika, M. M., & Werang, B. R. (2025). Peran Strategis Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Di Sekolah Dasar Negeri 1 Baktiseraga. *Jpim: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(03), 719–730.  
<Https://Ojs.Ruangpublikasi.Com/Index.Php/Jpim/Article/View/657>
- Annabila, C. I., Yusrianti, S., & Barus, J. (2024). Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat Terhadap Pesantren Modern Ummul Qura Kabupaten Bireuen. *Itqan: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan*, 15(2), 152–171.  
<Https://Doi.Org/10.47766/Itqan.V15i2.3142>
- Arifin, M., Iqna'a, F. J., Majid, A., & Ababil, A. F. (2025). Efektivitas Iklan Youtube Dalam Meningkatkan Penerimaan Santri Baru Di Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Innovasi: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 11(2), 121–128.  
<Https://Journal.Nusppublications.Or.Id/Innovasi/Article/View/103>
- Azkiya, F. B., Nudita, A., Putri, N. A., Setia, S. N., & Suwandi. (2025). Relevansi Teori

Sistem Terbuka Dalam Dinamika Organisasi Masa Kini. *Jlr: Journal Of Literature Review*, 1(1), 120–128. <Https://Doi.Org/10.63822/631rme07>

Baisan, P., Al-Fairusy, M., Taran, J. P., & Ramli. (2025). Strategi Meningkatkan Citra Positif Pada Pondok Pesantren Serambi Mekkah Melalui Publikasi Media Sosial. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(1), 93–108. <Https://Doi.Org/10.71153/Jimmi.V2i1.224>

Destiana, E. M., Puspasari, N., & Dewi, D. E. C. (2025). Evaluasi Strategi Pengembangan Stakeholders Dalam Penguatan Kelembagaan Pendidikan Islam. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 173–188. <Https://Doi.Org/10.59841/Miftahulilmii.V2i2.116>

Fahim, M., & Abdurrahman. (2025). Strategi Humas Untuk Membangun Citra Pondok Pesantren. *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 4(2), 265–271. <Https://Doi.Org/10.56916/Ejip.V4i2.1110>

Fitralisti, A., Ghanistyana, L. P., Indriani, M. H., Yulianti, R., & Amalia, A. R. (2025). Transformasi Cyber Public Relations Vr Journey Indonesia: Peluang Dan Tantangan Virtual Reality. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13–27. <Https://Doi.Org/10.32509/Dinamika.V11i1.5309>

Habib, M., Sihombing, U. M., Rahmadani, U., & Wirahayu. (2021). Pentingnya Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Islam. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 269–275. <Https://Doi.Org/10.56832/Edu.V1i2.100>

Hani', U., Khoiroh, U., Holifah, & Husna, F. (2025). Pemanfaatan Instagram Dalam Mendongkrak Citra Pondok Pesantren. *Jim: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 150–161. <Https://Jurnalinspirasimodern.Com/Index.Php/Jim/Article/View/102>

Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 70–78. <Https://Doi.Org/Https://Ejournal.Uncm.Ac.Id/Index.Php/Gm/Article/View/1148>

Ibrahim, S. M., Golose, P. R., & Imran, M. F. (2025). Strategi Komunikasi Polri Di Media Sosial: Studi Kasus Manajemen Reputasi Oleh Divisi Hubungan Masyarakat. *Brand Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 58–67. <Https://Doi.Org/10.70704/Bc.V4i1.367>

Khanifah, H. N., Yolanda, E. S., Dayana, F. D., Lestari, D. A., Fuadah, T., & Rohman, N. (2025). Peran Manajemen Humas Dalam Membangun Komunikasi Efektif Antara Sekolah Dasar & Masyarakat. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(4), 1188–1194. <Https://Publisherqu.Com/Index.Php/Al-Furqan.V4i4.1194>

Furqan/Article/View/2794

- Khovi, N. N., Hefniy, Yahya, R., Fatimah, S., & Syah, H. (2025). Humas Pendidikan Islam Sebagai Pilar Branding Institusi: Studi Literatur Melalui Pendekatan Holistik. *Pijar Pelita: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(2), 152–166. <Https://Journal.Pijarpelita.Com/Jpp/Article/View/25>
- Mubarok, M. Z., & Niswatin. (2024). Efektivitas Branding Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial*, 3(1), 25–35. <Https://Doi.Org/10.29138/Jkis.V3i1.52>
- Mujiburrohman, & Hefniy. (2025). Transformasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pesantren Di Era Society 5.0: Studi Etnografi Dan Netnografi Virtual. *Visionaria: Journal Of Educational Innovation Management*, 01(02), 84–101. <Https://Ejournal.Duniakampus.Org/Index.Php/Visionaria/Article/View/198>
- Nofitasari, D. E., Hefniy, & Fauzen, M. (2025). Transformasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Melalui Digital Advertising: Tinjauan Teoritis Dan Praktik Kontemporer. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(5), 747–756. <Https://Doi.Org/10.62387/Naafi.V1i5.249>
- Ravico, Siregar, A. D., Asfubel, F., & Putri, A. E. (2024). Pendekatan Humaniora Dalam Integrasi Nilai Keislaman (Perspektif Baru Pendidikan Islam Di Iain Kerinci). *Edification Journal: Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 165–178. <Https://Doi.Org/10.37092/Ej.V7i2.910>
- Rumra, M. J. R., Rusmiaty, Usman, S., & Ondeng, S. (2025). Madrasah Dalam Pusaran Tantangan Zaman: Upaya Strategis Memperkuat Institusi Pendidikan Islam. *Al-Irsyad: Journal Of Education Science*, 4(2), 447–459. <Https://Doi.Org/10.58917/Aijes.V4i2.266>
- Ruslan. (2024). Model Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan Islam. *Sinova: Jurnal Ilmu Pendidikan & Sosial*, 02(02), 87–100. <Https://Doi.Org/10.71382/Sinova.V2i2.130>
- Salsabila, A. N., & Sanina, N. K. (2024). Sinergi Tradisi Dan Inovasi: Pendekatan Modern Dan Pemanfaatan Teknologi Dalam Sistem Pembelajaran Di Pondok Modern Gontor. *Shibghoh: Prosiding Ilmu Kependidikan Unida Gontor*, 3, 537–557. <Https://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Shibghoh/Article/View/13756>
- Saputra, D. E., & Sirozi, M. (2025). Strategi Penguatan Daya Saing Pesantren Di Era Digital. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1), 85–99.
- Septiana, N. N., Khioriyah, Z., & Shaleh. (2024). Metode Penelitian Studi Kasus

Dalam Pendekatan Kualitatif. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PgSD Fkip Universitas Mandiri*, 10(04), 233–243. <Https://Doi.Org/10.36989/Didaktik.V10i04.5181>

Susilawati, R., Andriansah, Z., Erhassa, S. N., Fitri, N. I., & Mustofa, I. (2025). Analisis Penggunaan Aplikasi Mobile Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan Dan Hukum Islam*, 23(1), 63–71. <Https://Doi.Org/10.69552/Ar-Risalah.V23i1.3003>

Wahid, A. T., Sadiyah, A. F., Rosa, A., Tsanya, A. Z., Fitriana, A. A., & Kazandra, B. (2025). Peran Hubungan Masyarakat Dalam Membangun School Branding Di Satuan Lembaga Pendidikan. *Proceedings Series Of Educational Studies*, 1, 1–9. <Https://Conference.Um.Ac.Id/Index.Php/Pses/Article/View/10256>

Yusuf, M., Hasanah, B. N., & Zulfana, H. (2022). Pengaruh Teknologi, Informasi, Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Manajemen Public Relation Pada Lembaga Pendidikan. *Cermin Jurnal: Manajemen Dan Pendidikan Berbasis Islam Nusantara*, 2(1), 23–28. <Https://Ejournal.Staidapondokkrempyang.Ac.Id/Index.Php/Cjmp/Article/View/94>

Zahroh, N. I., Nasution, L. A., Tazqia, A. D., Faiha, H. A. I., & Nurhayati, D. (2025). Strategi Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik, Tantangan Dan Solusinya. *Tarbiyatul Ilmu: Jurnal Kajian Pendidikan*, 3(6), 107–118. <Https://Languar.Net/Index.Php/Tarbiyatulilmu/Article/View/256>