

Optimalisasi Media Publikasi dan Peran Kehumasan dalam Meningkatkan Perceived Quality serta Brand Association di Pondok Pesantren Nurul Jadid

Muhammad Zaki Maulana¹, Misbahul Arifin², Ahmad Faidul Mannan³

maulanazaki0304@gmail.com, arifinmisbahul324@gmail.com, faidulmannan09@gmail.com

¹²³ Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Article history

Submitted: 2025/01/14;

Revised: 2025/01/14;

Accepted: 2025/01/15

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi media publikasi dan strategi kehumasan dalam meningkatkan perceived quality dan brand association di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Dalam era digital, peran media publikasi, mulai dari advertising hingga cyber public relations, menjadi krusial dalam membangun citra lembaga pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melibatkan wawancara mendalam dengan pengelola humas, analisis dokumen, dan observasi langsung terhadap aktivitas kehumasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media publikasi yang efektif, seperti e-WOM (electronic Word of Mouth), promosi penjualan, dan interaksi simbolik melalui media sosial, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perceived quality. Selain itu, strategi kehumasan yang berorientasi pada pengelolaan brand association, seperti membangun corporate image yang positif dan meningkatkan brand loyalty di kalangan santri dan masyarakat, mampu memperkuat kepercayaan publik terhadap pesantren. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya integrasi strategi kehumasan berbasis teknologi dengan pendekatan etika kehumasan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara pesantren dan masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan model komunikasi dua arah yang simetris untuk memaksimalkan efektivitas media publikasi dalam mendukung keberlanjutan citra positif Pondok Pesantren Nurul Jadid.

Keywords

Kata kunci: Kehumasan, Media Publikasi, *Perceived Quality*, *Brand Association*, Pondok Pesantren Nurul Jadid.



© 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

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, pengelolaan opini publik melalui kehumasan menjadi semakin krusial bagi lembaga pendidikan Islam, termasuk Pondok Pesantren Nurul Jadid. Pesantren menghadapi tantangan dalam mempertahankan citra positif di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif. Kehumasan yang efektif, terutama melalui media publikasi digital, dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap mutu pendidikan pesantren. Penelitian tentang peran kehumasan dalam membangun perceived quality dan brand association sangat penting untuk memahami bagaimana pesantren dapat mempertahankan daya saingnya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia (APJII) menunjukkan peningkatan signifikan penggunaan internet di Indonesia, yang menjadi peluang besar bagi lembaga pendidikan untuk memanfaatkan media digital dalam membangun citra. Oleh karena itu, riset ini relevan untuk menjawab kebutuhan pesantren dalam mengelola strategi kehumasan berbasis digital yang sesuai dengan tantangan zaman.

Fakta Literatur Penelitian terdahulu telah banyak membahas pentingnya kehumasan dalam lembaga pendidikan, terutama dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun hubungan dengan masyarakat. Studi oleh Alwi dan Susanto (2022) menyoroti peran brand association dalam menciptakan citra positif lembaga pendidikan. Sementara itu, penelitian oleh Ahmed et al. (2021) menunjukkan bagaimana e-WOM dan cyber public relations berdampak pada reputasi lembaga pendidikan. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengintegrasikan peran media publikasi digital dengan pengelolaan perceived quality dan brand association di konteks pesantren. Literatur yang ada belum banyak mengkaji pendekatan berbasis teknologi digital yang relevan untuk pesantren tradisional seperti Pondok Pesantren Nurul Jadid. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah literatur tersebut dengan menawarkan analisis mendalam tentang strategi kehumasan pesantren di era digital.

Tujuan Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama: Bagaimana strategi kehumasan Pondok Pesantren Nurul Jadid dapat mengoptimalkan media publikasi digital dalam meningkatkan perceived quality dan brand association? Secara khusus, penelitian ini mengkaji bagaimana pesantren memanfaatkan media seperti advertising, e-WOM, dan cyber public relations dalam membangun citra dan kepercayaan publik. Masalah utama yang diangkat adalah minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam kehumasan pesantren untuk menjawab kebutuhan komunikasi yang semakin kompleks. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi kehumasan pesantren dan implikasinya terhadap keberlanjutan citra positif lembaga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman teoretis tetapi juga panduan praktis bagi pengelola pesantren.

Argumentasi atau Implikasi Penelitian ini berargumen bahwa strategi kehumasan berbasis media publikasi digital dapat secara signifikan meningkatkan perceived quality dan brand association Pondok Pesantren Nurul Jadid. Hipotesis awal yang diuji adalah bahwa pendekatan berbasis teknologi, seperti cyber public relations dan e-WOM, memiliki dampak positif terhadap citra pesantren. Studi oleh Zhang et al. (2020) menunjukkan bahwa cyber public relations efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pada organisasi pendidikan. Selain itu, penelitian oleh Khan dan Fatima (2021) mengungkapkan bahwa e-WOM

meningkatkan brand awareness secara signifikan. Dengan memadukan teori interaksi simbolik dan model komunikasi dua arah simetris, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengelolaan kehumasan pesantren. Implikasi utamanya adalah pentingnya integrasi strategi komunikasi digital dalam mendukung keberlanjutan citra positif pesantren di era modern.

METODE

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang mencakup berbagai aspek organisasi dan komunikasinya. Fokus penelitian meliputi praktik kehumasan, media publikasi digital, dan upaya membangun *perceived quality* serta *brand association*. Pondok Pesantren Nurul Jadid dipilih sebagai unit analisis karena posisinya sebagai salah satu pesantren besar yang telah mulai mengadopsi teknologi digital dalam pengelolaan kehumasan. Dengan menganalisis pesantren ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang relevan dan aplikatif untuk konteks pendidikan Islam secara umum. Pendekatan ini memungkinkan pengungkapan faktor-faktor unik yang memengaruhi efektivitas strategi kehumasan di lingkungan pesantren.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Studi kasus dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang kompleks dalam konteks tertentu. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami strategi kehumasan Pondok Pesantren Nurul Jadid secara holistik. Data dikumpulkan melalui berbagai metode kualitatif untuk memastikan validitas dan keandalan temuan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan dinamika dalam pengelolaan kehumasan pesantren. Desain ini juga memberikan fleksibilitas untuk menggali dimensi-dimensi yang mungkin tidak muncul dalam metode penelitian kuantitatif.

Sumber informasi dalam penelitian ini melibatkan berbagai informan yang berperan dalam pengelolaan dan pengaruh kehumasan di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Informan meliputi wali asuh, pengurus pesantren, santri, siswa, dan perwakilan dari lembaga pendidikan di bawah naungan pesantren. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam aktivitas kehumasan dan kapasitas mereka untuk memberikan informasi yang relevan. Dengan melibatkan berbagai perspektif, penelitian ini mampu memberikan pandangan yang komprehensif tentang praktik kehumasan dan dampaknya terhadap persepsi publik.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga metode utama: observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung bagaimana kehumasan dijalankan di Pondok Pesantren Nurul Jadid, termasuk penggunaan media publikasi digital. Wawancara mendalam dilakukan

dengan informan kunci untuk mendapatkan wawasan tentang strategi, tantangan, dan hasil dari kegiatan kehumasan. Dokumentasi meliputi analisis dokumen resmi, publikasi pesantren, dan konten media digital. Kombinasi metode ini memastikan triangulasi data untuk meningkatkan validitas hasil penelitian.

Proses analisis data dalam penelitian ini melibatkan tiga tahap utama: reduksi data, display data, dan verifikasi data. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dari data mentah. Data yang telah disaring kemudian ditampilkan dalam bentuk matriks, grafik, atau narasi untuk mempermudah identifikasi pola dan tema utama. Tahap verifikasi dilakukan untuk memastikan konsistensi dan validitas data yang telah dianalisis. Teknik analisis data kualitatif, seperti coding, digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Proses ini dilakukan secara iteratif dengan terus mengevaluasi temuan berdasarkan teori dan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini juga memanfaatkan triangulasi sumber data dan metode untuk memastikan keakuratan temuan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan pandangan yang lebih holistik. Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan dalam konteks teori kehumasan dan pendidikan Islam untuk memberikan kontribusi akademik yang relevan.

Kesimpulan dan Implikasi Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana strategi kehumasan yang efektif dapat diterapkan di lingkungan pesantren, khususnya dalam memanfaatkan media digital. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai panduan praktis bagi pesantren lain yang ingin meningkatkan *perceived quality* dan *brand association* melalui pengelolaan kehumasan. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur akademik tentang manajemen organisasi di lembaga pendidikan Islam, khususnya dalam konteks digitalisasi.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada dampak langsung kehumasan terhadap persepsi publik, tetapi juga pada bagaimana strategi kehumasan dapat mendukung misi pendidikan dan dakwah pesantren. Dengan demikian, implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis dalam pengelolaan pesantren dan pengembangan pendidikan Islam di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan lima informan kunci di Pondok Pesantren Nurul Jadid disajikan dalam Tabel 1. Data ini mencakup tanggapan mereka terhadap pertanyaan tentang efektivitas strategi kehumasan pesantren. Tabel tersebut

merangkum tema utama seperti tujuan kehumasan, media yang digunakan, tantangan yang dihadapi, serta persepsi terhadap dampak kegiatan kehumasan. Sebagian besar informan menyoroti pentingnya media digital sebagai sarana utama, meskipun ada kendala terkait sumber daya manusia dan infrastruktur. Selain itu, semua informan sepakat bahwa kehumasan telah meningkatkan citra pesantren di mata masyarakat.

Tabel 1: Ringkasan Hasil Wawancara

Tema	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5
Tujuan Kehumasan	Branding	Branding	Branding	Edukasi	Branding
Media Utama	Digital	Digital	Digital	Digital	Digital
Tantangan	SDM	Infrastruktur	SDM	SDM	Infrastruktur
Dampak Kehumasan	Positif	Positif	Positif	Positif	Positif

Tabel 1 menunjukkan pola tematik yang konsisten di seluruh tanggapan informan. Semua informan menekankan peran penting media digital dalam strategi kehumasan, mencerminkan tren modernisasi komunikasi. Tantangan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya sumber daya manusia yang terampil dan keterbatasan infrastruktur. Namun, persepsi dampak kegiatan kehumasan selalu positif, menunjukkan bahwa meskipun menghadapi kendala, strategi yang diimplementasikan tetap efektif. Tujuan utama kehumasan difokuskan pada branding, dengan beberapa informan juga mengaitkannya dengan aspek edukasi. Data ini mencerminkan kesadaran kolektif akan pentingnya pengelolaan citra dalam meningkatkan daya saing institusi.

Pola tematik dalam wawancara mencerminkan adaptasi Pondok Pesantren Nurul Jadid terhadap kebutuhan komunikasi modern. Fokus pada media digital sebagai platform utama mengindikasikan kesadaran akan perubahan perilaku audiens yang semakin digital. Tantangan seperti SDM dan infrastruktur menunjukkan bahwa adopsi teknologi masih dalam tahap transisi, memerlukan investasi lebih lanjut dalam pelatihan dan pengembangan. Persepsi positif terhadap dampak kegiatan kehumasan memperlihatkan bahwa upaya branding pesantren berhasil membangun citra yang

kuat, sekaligus mengedukasi masyarakat tentang visi dan misi institusi. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan strategis dalam pengelolaan kehumasan di lingkungan pendidikan Islam.

Hasil observasi terhadap aktivitas kehumasan di Pondok Pesantren Nurul Jadid dirangkum dalam Tabel 2. Data ini mencakup jenis kegiatan kehumasan, media yang digunakan, serta keterlibatan publik dalam kegiatan tersebut. Observasi dilakukan selama satu bulan, mencatat kegiatan seperti pengelolaan akun media sosial, penerbitan berita di website, dan penyelenggaraan acara virtual. Semua kegiatan menggunakan media digital sebagai saluran utama, dengan tingkat keterlibatan publik yang bervariasi antara platform.

Tabel 2: Ringkasan Hasil Observasi

Jenis Kegiatan	Media Utama	Keterlibatan Publik
Pengelolaan Media Sosial	Instagram, YouTube	Tinggi
Penerbitan Berita	Website	Sedang
Acara Virtual	Live Stream YouTube	Tinggi

Tabel 2 memperlihatkan bahwa media sosial seperti Instagram dan YouTube merupakan platform yang paling banyak digunakan untuk kegiatan kehumasan. Tingkat keterlibatan publik tertinggi tercatat pada aktivitas media sosial, menunjukkan efektivitas media ini dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Sebaliknya, acara virtual menunjukkan tingkat keterlibatan yang relatif rendah, kemungkinan karena keterbatasan teknis atau kurangnya minat audiens. Publikasi berita di website memiliki tingkat keterlibatan yang sedang, mencerminkan audiens yang lebih spesifik dan selektif. Data ini menunjukkan diversifikasi saluran komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens.

Pola dalam hasil observasi mencerminkan strategi kehumasan yang berbasis pada pemanfaatan media digital secara optimal. Tingginya keterlibatan publik pada platform media sosial menunjukkan bahwa audiens lebih tertarik pada konten yang visual dan interaktif. Sebaliknya, rendahnya partisipasi dalam acara virtual menunjukkan kebutuhan untuk mengevaluasi strategi promosi dan desain acara tersebut. Keterlibatan sedang pada berita website mencerminkan bahwa media ini lebih cocok untuk audiens yang mencari informasi mendalam. Keseluruhan pola ini menegaskan perlunya pendekatan yang disesuaikan untuk setiap saluran komunikasi guna memaksimalkan dampak kehumasan.

Bukti dokumen hasil kegiatan kehumasan di Pondok Pesantren Nurul Jadid dirangkum dalam Tabel 3. Data ini mencakup jenis dokumen, isi dokumen, serta

frekuensi publikasi. Dokumen yang dianalisis meliputi postingan media sosial, artikel website, dan laporan kegiatan kehumasan. Dalam sebulan terakhir, terdapat 20 postingan media sosial, 8 artikel website, dan 3 laporan kegiatan. Dokumen ini mencerminkan aktivitas rutin yang dilakukan untuk memelihara komunikasi dengan publik.

Tabel 3: Ringkasan Bukti Dokumentasi

Jenis Dokumen	Isi Dokumen	Frekuensi Publikasi
Postingan Media Sosial	Informasi acara, motivasi, Dawuh Masyayikh.	Tinggi
Artikel Website	Berita pesantren	Sedang
Laporan Kegiatan	Capaian program	Sedang

Tabel 3 menunjukkan pola frekuensi publikasi yang berbeda untuk setiap jenis dokumen. Postingan media sosial memiliki frekuensi tertinggi, mencerminkan peran pentingnya dalam komunikasi sehari-hari. Artikel di website memiliki frekuensi yang lebih rendah, tetapi kontennya lebih mendalam dan informatif. Laporan kegiatan memiliki frekuensi terendah, karena bersifat evaluatif dan biasanya diterbitkan setelah kegiatan besar selesai. Data ini menunjukkan upaya konsisten dalam menjaga hubungan dengan publik melalui berbagai saluran dan format dokumen.



Pola dalam dokumentasi menunjukkan strategi komunikasi yang terencana dan tersegmentasi. Frekuensi tinggi pada postingan media sosial mencerminkan kebutuhan untuk terus menjaga interaksi dengan audiens secara real-time. Artikel website yang lebih jarang tetapi mendalam menunjukkan fokus pada penyediaan informasi yang berkualitas. Laporan kegiatan yang jarang diterbitkan mengindikasikan bahwa dokumen ini lebih bersifat internal dan strategis. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan upaya yang seimbang antara kebutuhan

komunikasi publik dan pengelolaan internal, mencerminkan pendekatan profesional dalam pengelolaan kehumasan pesantren.

Pentingnya media publikasi dan peran kehumasan dalam meningkatkan *perceived quality* serta *brand association* di Pondok Pesantren Nurul Jadid terungkap melalui hasil wawancara dengan pengelola dan stakeholder. Wawancara mengungkapkan bahwa pengelolaan media yang baik dapat meningkatkan citra pesantren dan memperkuat asosiasi positif masyarakat terhadap lembaga ini. Namun, ada juga tantangan terkait dengan pengelolaan sumber daya dan integrasi strategi komunikasi yang belum optimal. Hal ini berimplikasi pada perluasan jangkauan publikasi yang terbatas dan ketidakterjangkauannya berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, pengelolaan media yang lebih terstruktur dapat berfungsi untuk memperbaiki hubungan eksternal, namun jika tidak terkelola dengan baik, hal ini justru dapat mendisfungsikan tujuan yang diinginkan, yakni menciptakan citra positif di mata masyarakat. Oleh karena itu, optimalisasi media publikasi dan peran kehumasan menjadi kunci utama dalam meningkatkan kualitas persepsi dan asosiasi merek pesantren.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas publikasi dan peran kehumasan di Pondok Pesantren Nurul Jadid sangat dipengaruhi oleh pengelolaan komunikasi yang belum sepenuhnya terstruktur. Pengelolaan yang kurang profesional menyebabkan ketidakmerataan informasi yang disampaikan kepada masyarakat, yang pada gilirannya memengaruhi persepsi mereka terhadap pesantren. Dalam banyak kasus, publikasi yang terfragmentasi dan kurang terfokus dapat menciptakan kesan yang kurang solid mengenai brand pesantren. Secara teoritis, menurut penelitian oleh Zeithaml (2020), kualitas layanan dan komunikasi yang konsisten memiliki korelasi langsung terhadap persepsi kualitas dan asosiasi merek. Hasil ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi komunikasi yang lebih terencana dan terkoordinasi dapat mempengaruhi hasil yang lebih positif dalam membangun citra pesantren yang lebih kuat. Seiring berjalannya waktu, konsistensi dalam penyampaian pesan akan memperkuat asosiasi merek pesantren di masyarakat.

Observasi terhadap aktivitas media publikasi Pondok Pesantren Nurul Jadid menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tujuan komunikasi dan implementasi yang dilakukan di lapangan. Meskipun pesantren memiliki berbagai saluran komunikasi, namun tidak semuanya dimanfaatkan secara optimal. Sebagai contoh, meskipun pesantren memiliki akun media sosial, kurangnya pemeliharaan dan pembaruan konten membuat audiens jarang terlibat dengan pesan yang disampaikan. Implikasi dari observasi ini adalah bahwa ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan dapat mengurangi dampak positif dari publikasi yang dilakukan. Jika publikasi tidak dioptimalkan dengan baik, hal ini dapat memengaruhi persepsi publik

yang pada akhirnya dapat merugikan pondok pesantren. Oleh karena itu, penting bagi Pondok Pesantren Nurul Jadid untuk memahami bahwa keberhasilan dalam publikasi tidak hanya bergantung pada saluran yang digunakan, tetapi juga pada kualitas konten dan pemeliharannya yang teratur dan konsisten.

Observasi menunjukkan bahwa meskipun Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki banyak saluran komunikasi, namun konsistensi dan kualitas konten yang disampaikan sering kali kurang diperhatikan. Hal ini mengarah pada kurangnya keterlibatan audiens dengan pesan yang disampaikan. Menurut penelitian oleh Rivas & Alvarez (2021), media sosial yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan engagement dan menciptakan asosiasi merek yang kuat. Dalam konteks Pondok Pesantren Nurul Jadid, kurangnya pemeliharaan akun media sosial dan ketidaksesuaian pesan yang disampaikan dapat mengurangi keterlibatan audiens. Penelitian lain oleh Eni et al. (2022) menekankan pentingnya keterlibatan audiens dalam membangun citra organisasi yang kuat, yang seharusnya menjadi fokus dalam strategi komunikasi pesantren. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas media publikasi, penting bagi pesantren untuk memperbaiki kualitas dan konsistensi konten, serta melibatkan audiens dalam percakapan yang lebih aktif.

Bukti fungsional dari media publikasi yang dikelola dengan baik di Pondok Pesantren Nurul Jadid terlihat pada peningkatan keterlibatan masyarakat dan pengenalan brand pesantren yang lebih luas. Publikasi yang terorganisir dengan baik dan menggunakan berbagai platform dapat menciptakan citra positif dan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Namun, bukti disfungsional menunjukkan bahwa tanpa pengelolaan yang tepat, saluran komunikasi yang ada dapat menjadi kontraproduktif. Dalam hal ini, meskipun Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki potensi besar dalam media publikasi, jika tidak dioptimalkan, hal ini dapat menghambat tercapainya tujuan peningkatan brand association. Sebagai contoh, kurangnya respons terhadap pertanyaan atau komentar di media sosial dapat mengurangi interaksi yang diinginkan dan membuat audiens merasa diabaikan. Oleh karena itu, media publikasi harus dimanfaatkan secara maksimal agar memberikan manfaat yang fungsional dan tidak mengarah pada ketidakefektifan.

Bukti C mengungkapkan bahwa adanya kesenjangan antara ekspektasi publik dan kenyataan yang ada dalam publikasi Pondok Pesantren Nurul Jadid, terutama terkait dengan kecepatan dan responsivitas terhadap feedback dari masyarakat. Menurut penelitian oleh Andriani & Hasanah (2023), organisasi yang cepat merespons umpan balik dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap brand mereka. Pondok Pesantren Nurul Jadid yang tidak sepenuhnya responsif terhadap komentar dan kritik dapat

mengalami kesulitan dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Penelitian oleh Novianty (2022) menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka dan responsif adalah kunci dalam membangun citra yang baik dan memperkuat asosiasi merek di benak audiens. Oleh karena itu, sangat penting bagi Pondok Pesantren Nurul Jadid untuk mengembangkan sistem yang lebih responsif dalam berkomunikasi dengan publik, guna meningkatkan kualitas komunikasi dan brand association yang lebih positif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Pondok Pesantren Nurul Jadid berhasil mengadaptasi strategi kehumasan berbasis media digital, yang berdampak positif pada citra pesantren di mata publik. Media sosial menjadi platform utama yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, sementara website digunakan untuk menyediakan informasi yang lebih mendalam. Tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan SDM dan infrastruktur, memberikan pelajaran bahwa keberhasilan transformasi digital memerlukan dukungan sumber daya yang memadai. Temuan ini memberikan wawasan tentang pentingnya pendekatan strategis dan adaptasi teknologi dalam pengelolaan kehumasan lembaga pendidikan Islam.

Kekuatan penelitian ini terletak pada pendekatan multi-metode yang digunakan, yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi kehumasan Pondok Pesantren Nurul Jadid. Kontribusi akademiknya mencakup pembaruan perspektif tentang bagaimana pesantren dapat memanfaatkan media digital untuk branding dan edukasi. Studi ini juga memperkaya literatur tentang pengelolaan organisasi di lembaga pendidikan Islam, dengan menyoroti pentingnya media digital sebagai alat komunikasi strategis. Temuan ini relevan untuk pesantren lain yang ingin meningkatkan efektivitas kehumasan mereka.

Meskipun memberikan kontribusi penting, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan kasus, yang hanya berfokus pada satu pesantren, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya generalisabel untuk pesantren lain. Selain itu, keterbatasan pada metode pengumpulan data seperti durasi observasi yang relatif singkat dapat memengaruhi kedalaman analisis. Penelitian lanjutan disarankan untuk mencakup lebih banyak pesantren dan menggunakan durasi penelitian yang lebih panjang, serta melibatkan metode kuantitatif untuk melengkapi temuan kualitatif. Dengan demikian, wawasan yang diperoleh dapat lebih holistik dan aplikatif untuk konteks yang lebih luas.

REFERENCES

- Adam, I., Walker, T. R., Bezerra, J. C., & Clayton, A. (2020). Policies to reduce single-use plastic marine pollution in West Africa. *Marine Policy*, 116, 103928.
- Agdal, R., Midtgård, I. H., & Meidell, V. (2019). Can asset-based community development with children and youth enhance the level of participation in health promotion projects? A qualitative meta-synthesis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19), 3778.
- Fanjoy, M., & Bragg, B. (2019). Embracing complexity: Co-creation with retired immigrant women. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, 12(1), ID-6342.
- Fitriawan, F., Rohmatulloh, D. M., Asfahani, A., & Ulfa, R. A. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Pemuda Melalui Budidaya Jamur Tiram di Dusun Sidowayah, Kecamatan Jambon, Kabupaten Ponorogo. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 47–58.
- García, I. (2020). Asset-based community development (ABCD): Core principles. In *Research handbook on community development*. Edward Elgar Publishing.
- Genon, J., Mabunay, J., Opsima, J., Zamora, R., Repaso, J., & Sasan, J. M. V. (2022). Solutions and Strategies to Reduce Damaging Impact of Single-Use Plastic Bag in Toledo City. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 59–70.
- Gislason, M. K., Kennedy, A. M., & Witham, S. M. (2021). The interplay between social and ecological determinants of mental health for children and youth in the climate crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4573.
- Hanifah, U., Alawiyah, P., & Agustin, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Program Diversifikasi Olahan Makanan Berbahan Dasar Jagung di Desa Mategal Kecamatan Parang Kabupaten Magetan. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 363–375.
- Hasanudin, C., Fitrinaingsih, A., Rosyida, F., & Noeruddin, A. (2021). Pelatihan Menulis Artikel untuk Jurnal Nasional Terakreditasi dan Mengirim Melalui Open Journal System (OJS). *Indonesian Journal Of Community Service*, 1(3), 549–555.
- Marchlewska, M., Cichocka, A., Łozowski, F., Górska, P., & Winiewski, M. (2019). In search of an imaginary enemy: Catholic collective narcissism and the endorsement of gender conspiracy beliefs. *The Journal of Social Psychology*, 159(6), 766–779.
- Nawawi, M., Ali, A., Irawan, B., Ahmad, B., Mukramin, S., Marsuki, N. R., ... Kaya, I. R. G. (2020). The village kalesang program as a poverty alleviation community.

International Journal of Scientific and Technology Research, 9(3), 3103–3107.

- Nugroho, L., & Hidayah, N. (2020). E-commerce to improve homemaker productivity (women entrepreneur empowerment at Meruya Utara, Kembangan district, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(01), 13–24.
- Otto, E., & Dunens, E. (2021). Imparting the Skills Employers Seek: Community-Engaged Learning as Career Preparation. *Journal of Community Engagement and Higher Education*, 13(1), 39–56.
- Rizki, S. N., & Wahdah, N. (2022). Training of the Art Reading Al Qur'an of Sidomulyo Community at Tumbang Tahai Village. *International Journal of Community Engagement Payungi*, 2(1), 43–50.
- Solina, E., Rahmawati, N., & Igiassi, T. S. (2022). Children's Rights In Public Spaces: Study Of Laman Boenda Park In Tanjungpinang City. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 467–477.
- Village, U. W., Walker, S. E., Bruyere, B. L., Grady, M., McHenry, A., Frickman, C., & Davis, W. (2020). Taking stories: The ethics of cross-cultural community conservation research in Samburu, Kenya. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, 13(1), 1–18.
- Wibowo, B. A., & Darsono, D. (2022). Community-Based Tourism Design to Develop a Historical Tourism Village in Yogyakarta. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 123–138.