Moral : Jurnal kajian Pendidikan Islam
Volume. 1, Nomor. 4 Tahun 2024
e-ISSN: 3063-1432; p-ISSN: 3063-1440, Hal 151-162
DOI: https://doi.org/10.61132/moral.v1i4.246
Available online at: https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral

Strategi Guru Dalam Mengembangkan Image Building di Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo

Noris Aniqotul Azizah[1*], Afif Syaiful Mahmudin[2]
[1-2]Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Alamat: Jl. Pramuka No.156, Ronowijayan, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur
*Korespondensi penulis: norisaniqotul@gmail.com**

Abstract. *This research was motivated by researchers' anxiety regarding the reduced attention of teachers to the importance of developing image building in Islamic schools. Image building or image formation, especially in educational institutions, plays an important role in building a school's reputation and increasing public trust and participation. However, the phenomenon observed by researchers shows that many teachers at Madrasah Aliyah pay little attention to this aspect, which can have an impact on public perception of the quality of the education provided. Therefore, this research aims to further explore teacher strategies in developing image building at Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo. The type of research used is qualitative field study using interview and observation data collection methods. The results of this research found that teachers' strategies in developing image building at Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan include using the principle "al-muhafadhotu 'ala qodimis sholih wal akhdzu bil jadidil ashlah" which means "maintaining (maintaining) old values or teachings good and adopt new and better values or teachings," and empowering the environmental community at Madrasah Aliyah Al-Islam through teacher direction by the school principal.*

Keywords: *Image Building,Teacher Strategy,Madrasah Aliyah*

Abstrak.*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kegelisahan peneliti terhadap berkurangnya perhatian guru terhadap pentingnya pengembangan image building di madrasah aliyah. Image building atau pembentukan citra, terutama di lembaga pendidikan, memainkan peran penting dalam membangun reputasi sekolah serta meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Namun, fenomena yang diamati peneliti menunjukkan bahwa banyak guru di Madrasah Aliyah kurang memperhatikan aspek ini, yang dapat berdampak pada persepsi publik terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai strategi guru dalam mengembangkan image building di Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi lapangan dengan metode pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil dalam penelitian ini ditemukan bahwa strategi guru dalam mengembangkan image building di Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan diantaranya seperti menggunakan prinsip "al-muhafadhotu 'ala qodimis sholih wal akhdzu bil jadidil ashlah" yang mempunyai makna "memelihara (menjaga) nilai atau ajaran lama yang baik dan mengambil nilai atau ajaran baru yang lebih baik", dan pemberdayaan masyarakat lingkungan di Madrasah Aliyah Al-Islam dengan melalui pengarahan guru oleh kepala sekolah.*

Kata kunci: *Image Building;* Strategi Guru; Madrasah Aliyah

1. LATAR BELAKANG

Sekolah memerlukan penilaian positif dari sudut pandang orang tua dan peserta didik. Citra yang baik dapat menjadi salah satu faktor penting bagi orang tua dalam menentukan pilihan lembaga pendidikan yang dianggap berkualitas dan profesional. Hal ini sejalan dengan pendapat Dharmmesta dan Pramudyo, yang menyatakan bahwa ketika kredibilitas perusahaan sudah terjamin, keputusan pembelian tidak memerlukan proses yang panjang. Jika konsep ini diterapkan pada lembaga pendidikan, dapat dikatakan bahwa ketika

Received: Oktober 17, 2024; Revised: Oktober 31, 2024; Accepted: November 26, 2024; Online Available: November 28,2024

orang tua sudah memiliki kepercayaan pada lembaga tersebut, mereka akan cenderung memilihnya tanpa banyak pertimbangan karena keyakinan terhadap citra lembaga yang telah terbentuk (Erwin, 2015, hal. 266).

Lembaga pendidikan Islam diharapkan dapat memberikan pendidikan berkualitas yang seimbang antara ilmu pengetahuan umum dan agama, sehingga melahirkan generasi yang kompeten secara akademis dan spiritual (Yuli & Ahmad Efendi, 2022, hal. 16). Selain itu lembaga pendidikan idealnya mampu membangun citra positif di masyarakat, sehingga orang tua dan siswa percaya untuk memilihnya sebagai tempat menuntut ilmu. Namun pada realitanya, dengan semakin banyaknya lembaga pendidikan Islam yang berdiri, terjadi persaingan yang ketat, baik dalam hal kualitas pendidikan maupun pemasaran (Emilda, 2022, hal. 199). Banyak lembaga pendidikan Islam yang menghadapi kendala dalam hal sumber daya manusia, fasilitas, dan pembiayaan, sehingga memengaruhi kualitas layanan pendidikan. Kemudian, beberapa lembaga masih menggunakan strategi pemasaran tradisional yang kurang efektif, sehingga tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Oktariani et al., 2023, hal. 3519).

Berdasarkan observasi peneliti, persaingan lembaga pendidikan Islam di Indonesia salah satunya di kota Ponorogo terlihat sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya strategi guru untuk memberikan kesan positif pada calon siswanya. Diantara lain yang sering diketahui adalah dengan pemberian seragam dan aksesoris sekolah lainnya secara gratis, biaya pendaftaran yang gratis atau masih banyak lagi. Dalam lembaga pendidikan Islam hal tersebut masih digunakan satu atau dua lembaga. Selebihnya lembaga pendidikan Islam di Ponorogo memiliki srategi persaingan dengan memanfaatkan media publik, berupa pamflet, sosial media, baliho, papan reklame dan masih banyak lagi. Hal ini juga tergantung dengan *budget* yang mereka miliki sebagai bentuk mengikuti pemasaran lembaga pendidikan Islam dengan yang lainnya (Observasi, 22 September 2024).

Dari berbagai macam kasus yang telah dipaparkan peneliti pada paragraf atas menunjukkan bahwa masalah tersebut harus segera dicarikan solusinya, karena jika tidak segera dicarikan solusinya akan berdampak pada *image building* lembaga pendidikan Islam saat ini. Peneliti melakukan observasi di salah satu lembaga pendidikan Islam yakni Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan dan menemukan bahwa di lembaga pendidikan ini guru mempunyai suatu strategi yang terus dilakukan untuk mengembangkan citra Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan secara konsisten dari zaman awal lembaga pendidikan ini berdiri sampai saat ini (Observasi, 22 September 2024). Sebuah lembaga pendidikan akan meraih kepercayaan dari masyarakat jika lembaga tersebut memiliki mutu yang baik, tercermin dari

berbagai prestasi yang diraih dalam periode tertentu. Selain itu, masyarakat dan orang tua dapat memenuhi harapan mereka terhadap pendidikan anak-anak mereka, sehingga mereka merasa bahwa kebutuhan pendidikan anak mereka telah terpenuhi (Asri Yuni VikaSari, Abdul Muin Bahaf, 2024, hal. 86).

Berdasarkan beberapa kasus yang disebutkan dalam latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi guru dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan atau *image building* di Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan. Hal ini didasarkan pada pengamatan bahwa saat ini citra lembaga pendidikan Islam sedang tidak baik. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada strategi guru dalam mengembangkan *image building* dengan tujuan utama untuk memberikan kontribusi terhadap bidang pendidikan dalam mengembangkan citra lembaga pendidikan Islam yang sedang turun saat ini. Penelitian ini juga diharapkan untuk menambah referensi masyarakat tentang pentingnya pengembangan *image building* pada madrasah.

2. KAJIAN TEORITIS

Image building (citra lembaga pendidikan), yaitu suatu keyakinan atau persepsi, pengetahuan, kesan publik terhadap apa yang dilihat dan dirasakannya mengenai lembaga pendidikan. Jadi, *image building* ini merupakan kesan atau keyakinan (suatu penilain) yang diberikan oleh publik kepada lembaga pendidikan. Citra lembaga pendidikan merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut (Sandyakala, 2020, hal. 185). Sekolah memerlukan suatu penilaian citra yang baik dari pandangan orang tua serta peserta didik. Karena dengan adanya citra yang baik maka akan menjadi salah satu pertimbangan orangtua dalam memilih lembaga pendidikan yang layak dan profesional (Supramono, 2016, hal. 118).

Sebuah lembaga pendidikan sangat memerlukan citra yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Konsep "pembangunan citra" atau "*image building*" terkait erat dengan tampilan, kesan, popularitas, dan reputasi lembaga tersebut. Citra positif dapat dibentuk dengan melalui penyampaian informasi yang jelas, mudah dipahami, rasional, dan dapat dipercaya oleh masyarakat, sehingga membangun kepercayaan dan reputasi yang baik (Yadnya, 2020, hal. 127). Eksistensi sebuah sekolah dalam pandangan masyarakat sangat bergantung pada persepsi atau opini publik terhadap sekolah tersebut. Persepsi ini dapat memengaruhi keberadaan sekolah di pasar, terutama berdasarkan kualitas layanan dan hasil yang ditawarkan kepada masyarakat. Dengan demikian, melalui persepsi yang baik, sekolah

dapat membangun citra positif atau *positive image* yang memperkuat posisinya di mata publik (Toha Ma'sum, 2020, hal. 146).

Pembangunan citra atau *image building* bertujuan untuk membentuk sikap, pendapat, dan respons masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Citra menjadi elemen penting bagi lembaga pendidikan di mata publik, karena citra memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat serta operasional organisasi di berbagai aspek. Menurut Firsan Nova, citra yang baik dan kuat dalam suatu perusahaan atau lembaga pendidikan memiliki berbagai manfaat, antara lain: meningkatkan daya saing dalam jangka menengah dan panjang (*sustainable competitive position*), berfungsi sebagai perisai selama masa krisis (*insurance for adverse times*). menarik eksekutif handal (*attraction of the best executives*), meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing effectiveness of marketing strategies*) serta menghasilkan penghematan biaya operasional (*cost savings*) (Mukhlison Effendi, 2021, hal. 46).

Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa pendidikan, lembaga pendidikan Islam perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan termasuk peserta didik, orang tua, dan pihak-pihak terkait lainnya bahwa lembaga yang mereka kelola memenuhi harapan dan kebutuhan yang diinginkan. Oleh karena itu, pendidikan Islam perlu dan wajib meyakinkan masyarakat serta pelanggan bahwa layanan pendidikan yang ditawarkan benar-benar relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, masyarakat akan memberikan kepercayaan kepada pengelola lembaga pendidikan Islam untuk melaksanakan tugas pendidikan dan pengajaran bagi anak-anak mereka. Kepercayaan ini diharapkan dapat berimplikasi positif terhadap perkembangan dan kemajuan lembaga pendidikan yang dikelola (Supandi, Abdul Khobir, 2024, hal. 26).

Citra suatu lembaga, termasuk lembaga pendidikan, dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, serta elemen tampilan lainnya. Hal ini mencakup pemanfaatan media publikasi yang beragam, baik visual, audio, maupun audio visual (Sandyakala, 2020, hal. 196). Strategi sekolah dalam meningkatkan citra (image) melibatkan pemberdayaan seluruh warga sekolah untuk berperan aktif dalam memajukan mutu pendidikan di lembaga tersebut. Citra sekolah terbentuk dari berbagai unsur yang terdiri dari sejumlah komponen, sebagaimana dijelaskan oleh Alifahmi. Dalam penelitian ini, terdapat berbagai komponen yang dijadikan sebagai faktor yang mempengaruhi citra sekolah, antara lain: reputasi, kegiatan ekstrakurikuler, biaya, perhatian guru, kondisi fisik, dan jangkauan citra. Citra sekolah dibangun berdasarkan persepsi dan penilaian masyarakat terhadap komponen-komponen tersebut. Strategi dalam membangun citra lembaga

pendidikan dapat bervariasi antar sekolah, karena setiap lembaga memiliki pendekatan dan strategi yang unik. Hal ini menghasilkan ciri khas masing-masing sekolah yang membedakannya dari yang lain (Supramono, 2016, hal. 117–118).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Aliyah Al-Islam yang terletak di Jl. Madura, desa Joresan, kecamatan Mlarak, kabupaten Ponorogo yang dilaksanakan pada hari minggu, tanggal 22 September 2024. Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mengkaji berbagai sumber literatur dalam bentuk dokumen, baik dari buku ataupun jurnal yang relevan terhadap penelitian. Teknik pengambilan data, peneliti menggunakan teknik wawancara dan teknik observasi yang dilakukan peneliti bersama Bapak Ahmad Budairi, S.Pd. selaku ustadz di Madrasah Al-Islam, Joresan, Ponorogo.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Image Building

Image building atau pembangunan citra pasti harus dan selalu ada di setiap lembaga pendidikan. Salah satunya yang menjadi objek penelitian oleh peneliti adalah di Madrasah Aliyah Al-Islam, Joresan, Mlarak Ponorogo. Berakar dari pondok pesantren, yakni Pondok pesantren Al-Islam yang menjadi salah satu lembaga pendidikan Islam yang terletak di Jl. Madura, desa Joresan, kecamatan Mlarak dan kabupaten Ponorogo, dimana pondok pesantren ini merupakan salah satu jenis pondok pesantren berbasis salaf dan modern di kecamatan Mlarak. Pondok pesantren Al-Islam ini memiliki 3 jenjang pendidikan pendidikan formal, yakni jenjang Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA) dan yang terakhir adalah jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK Jaringan). Kemudian ditambah lagi pendidikan khusus asrama putri dan asrama putra seperti pendidikan diniyah dan *tahfidzul Qur'an* (Wawancara, 22 September 2024).

Pondok pesantren ini memiliki banyak santriwan, santriwati serta guru yang mengajar, menjadikan pondok pesantren ini menjadi salah satu pondok yang dikenal masyarakat. Semakin banyaknya santri, salah satu jenjang sekolah pondok pesantren Al-Islam yakni Madrasah Aliyah juga semakin mengembangkan *image building* atau yang dikenal dengan citra lembaga pendidikan. Pengembangan *image building* dilakukan untuk memberikan kesan citra positif pada masyarakat terkait dengan lembaga pendidikan ini.

Karena citra lembaga pendidikan merupakan hal yang paling penting yang harus di perhatikan (Wawancara, 22 September 2024).

Image building (citra lembaga pendidikan), yaitu suatu keyakinan atau persepsi, pengetahuan, kesan publik terhadap apa yang dilihat dan dirasakannya mengenai lembaga pendidikan. Jadi, *image building* ini merupakan kesan atau keyakinan (suatu penilain) yang diberikan oleh publik kepada lembaga pendidikan. Citra lembaga pendidikan merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut (Sandyakala, 2020, hal. 185). Sekolah memerlukan suatu penilaian citra yang baik dari pandangan orang tua serta peserta didik. Karena dengan adanya citra yang baik maka akan menjadi salah satu pertimbangan orangtua dalam memilih lembaga pendidikan yang layak dan profesional (Supramono, 2016, hal. 118).

Sebuah lembaga pendidikan sangat memerlukan citra yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Konsep "pembangunan citra" atau "*image building*" terkait erat dengan tampilan, kesan, popularitas, dan reputasi lembaga tersebut. Citra positif dapat dibentuk dengan melalui penyampaian informasi yang jelas, mudah dipahami, rasional, dan dapat dipercaya oleh masyarakat, sehingga membangun kepercayaan dan reputasi yang baik (Yadnya, 2020, hal. 127). Eksistensi sebuah sekolah dalam pandangan masyarakat sangat bergantung pada persepsi atau opini publik terhadap sekolah tersebut. Persepsi ini dapat memengaruhi keberadaan sekolah di pasar, terutama berdasarkan kualitas layanan dan hasil yang ditawarkan kepada masyarakat. Dengan demikian, melalui persepsi yang baik, sekolah dapat membangun citra positif atau *positive image* yang memperkuat posisinya di mata publik (Toha Ma'sum, 2020, hal. 146).

Manfaat *Image Building*

Pengembangan *image building* pada Madrasah Aliyah di pondok pesantren Al-Islam Joresan memiliki banyak manfaat untuk keberlangsungan citra positif lembaga pendidikam Islam ini, baik pada jenjang MTs, MA maupun SMK. Berdasarkan hasil wawancara dengan *ustadz* Ahmad Budairi yang dilakukan peneliti pada hari minggu, tanggal 22 September 2024 pukul 09.30 selaku *ustadz* yang mengajar di Madrasah Aliyah pondok pesantren Al-Islam menjelaskan bahwa adanya pengembangan *image building* pada pemasaran lembaga pendidikan Islam sangat diperlukan untuk membuat citra positif lembaga pendidikan Islam semakin bagus dan meningkat (Wawancara, 22 September 2024).

Diantara manfaat adanya pengembangan *image building* di Madrasah Aliyah ini adalah dengan adanya citra positif lembaga pendidikan Al-Islam akan membawa dampak baik bagi penilaian masyarakat jangka panjang. Karena suatu lembaga pendidikan Islam jika tidak memiliki *image building* yang kuat dan positif akan tenggelam oleh persaingan antar lembaga pendidikan lain. Kedua, adanya citra positif Madrasah Aliyah Al-Islam menjadikan kekuatan penting ketika Madrasah Aliyah Al-Islam ini sedang mengalami sedikit *problem* baik dari luar maupun dalam, karena dengan adanya citra positif yang mengalir dari masyarakat, membuat lembaga pendidikan ini tetap berdiri. Terakhir adalah hemat biaya, karena dengan pengembangan citra positif membuat masyarakat menjadi tahu dan semakin yakin dengan pemasaran lembaga ini (Wawancara, 22 September 2024).

Pembangunan citra atau *image building* bertujuan untuk membentuk sikap, pendapat, dan respons masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Citra menjadi elemen penting bagi lembaga pendidikan di mata publik, karena citra memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat serta operasional organisasi di berbagai aspek. Menurut Firsan Nova, citra yang baik dan kuat dalam suatu perusahaan atau lembaga pendidikan memiliki berbagai manfaat, antara lain: meningkatkan daya saing dalam jangka menengah dan panjang (*sustainable competitive position*), berfungsi sebagai perisai selama masa krisis (*insurance for adverse times*). menarik eksekutif handal (*attraction of the best executives*), meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing effectiveness of marketing strategies*) serta menghasilkan penghematan biaya operasional (*cost savings*) (Mukhlison Effendi, 2021, hal. 46).

Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa pendidikan, lembaga pendidikan Islam perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan termasuk peserta didik, orang tua, dan pihak-pihak terkait lainnya bahwa lembaga yang mereka kelola memenuhi harapan dan kebutuhan yang diinginkan. Oleh karena itu, pendidikan Islam perlu dan wajib meyakinkan masyarakat serta pelanggan bahwa layanan pendidikan yang ditawarkan benar-benar relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, masyarakat akan memberikan kepercayaan kepada pengelola lembaga pendidikan Islam untuk melaksanakan tugas pendidikan dan pengajaran bagi anak-anak mereka. Kepercayaan ini diharapkan dapat berimplikasi positif terhadap perkembangan dan kemajuan lembaga pendidikan yang dikelola (Supandi, Abdul Khobir, 2024, hal. 26).

Strategi Guru dalam Mengembangkan *Image Building*

Strategi yang digunakan dalam pengembangan *image building* pada MA Al-Islam sehingga mendapatkan akreditasi A ialah dengan menggunakan prinsip "*al-muhafadhotu 'ala qodimis sholih wal akhdzu bil jadidil ashlah*" yang mempunyai makna "memelihara (menjaga) nilai atau ajaran lama yang baik dan mengambil nilai atau ajaran baru yang lebih baik". Atau lebih pemahaman singkatnya menurut beliau adalah jadi tetep merawat tradisi lama yang baik yang masih sesuai dengan zaman sekarang dan mengambil hal-hal baru yang baik, dalam artian tetap merawat tradisi lama, kemudian mengambil hal-hal baru seperti dengan memasukkan teknologi dalam pembelajarannya (Wawancara, 22 September 2024).

Dengan adanya perkembangan teknologi yang masuk dalam proses pembelajaran siswa didalam kurikulum lama yang turun temurun dari awal lahirnya Pondok Pesantren Al-Islam ini, mampu meningkatkan kreativitas dan semangat santriwan-santriwati saat proses kegiatan pembelajaran. Hal itu dibuktikan dengan berbagai macam prestasi siswa yang bisa memunculkan suatu ekstrakurikuler robotik serta tim desain media dalam pembuatan majalah kegiatan sehari-hari santriwan-santriwati yang diterbitkan dalam "Majalah Al-Islam" yang diperuntukkan untuk masyarakat umum, wali santri maupun santri. Kemudian ditambah dengan adanya laboratorium khusus pembelajaran TIK yang memadai (Wawancara, 22 September 2024).

Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa salah satu strategi pemasaran lembaga pendidikan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam adalah melalui *physical evidence* (bukti fisik). *Physical evidence* mencakup gedung atau bangunan serta semua sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Ini juga termasuk desain dan bentuk interior serta eksterior gedung yang terdapat dalam lembaga pendidikan tersebut (Indriani, Diba, Ubaedullah, & Pratama, 2021, hal. 142). Keberhasilan program pendidikan melalui proses pembelajaran dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan yang memadai, serta pemanfaatan dan pengelolaan yang optimal terhadap sumber daya tersebut. Sarana dan prasarana pendidikan merupakan salah satu sumber daya yang krusial dalam mendukung proses pembelajaran di sekolah. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan dalam pemanfaatan dan pengelolaannya agar tujuan pendidikan yang diharapkan dapat tercapai (Fauzi, 2020, hal. 100).

Kedua, pemberdayaan masyarakat lingkungan di Madrasah Aliyah Al-Islam dengan melalui pengarahan guru oleh kepala sekolah. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan peneliti di Madrasah Aliyah (MA) Al-Islam Joresan, pengarahan diberikan oleh kepala madrasah yang menjadi pemimpin dan penanggung jawab di madrasah tersebut.

Pengarahan yang dilakukan kepala madrasah tersebut diberikan kepada seluruh warga madrasah, seperti guru, peserta didik juga alumni serta karyawan dan seluruh staff. Sehingga seluruh warga madrasah memiliki tanggung jawab besar untuk membangun serta mempertahankan citra MA. Al-Islam. Pengarahan yang diberikan kepada guru sebagai pendidik biasanya diberikan di awal atau pada saat guru tersebut mendaftar sebagai calon pendidik di madrasah. Sedangkan pengarahan yang diberikan kepada peserta didik, menurut wawancara yang sudah dilakukan adalah dengan memberikan surat pernyataan mengenai tata tertib bersekolah di Madrasah Aliyah Al-Islam. Salah satu objek terpenting juga terkait pemberian pengarahan oleh kepala madrasah, guru maupun staff madrasah, yakni adalah alumni Madrasah Aliyah Al-Islam. Pemberian pengarahan yang diberikan kepada alumni madrasah tersebut bertujuan agar senantiasa menjaga nama baik almamater. Adanya output yang memiliki karakter yang baik serta memiliki daya saing tinggi tersebut yang dihasilkan oleh madrasah dapat memberikan dampak dalam meningkatkan citra madrasah (Wawancara, 22 September 2024).

Selain memberikan pengarahan kepada masyarakat dalam lingkungan sekolah, kepala sekolah juga memberikan arahan yang penting kepada humas di Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan, walaupun pengembangkan citra lembaga pendidikan Al-Islam di pegang serta di laksanakan bersama-sama dengan masyarakat sekolah lainnya, tetapi humas juga memiliki peranan yang besar dalam tercapainya suatu *image building* yang bagus untuk lembaga pendidikan Al-Islam Joresam. Berdasarkan observasi peneliti menemukan berbagai macam rancangan untuk mengembangkan *image building* dalam peranan humas adalah pemanfaatan sosial media serta bersilaturahim dengan masyarakat lingkungan sekolah untuk membangun suatu *ukhuwah* yang baik, selain untuk membangun hubungan yang baik, hal ini dilakukan juga untuk meminta bantuan masyarakat agar mengamati perkembangan santri di luar lingkungan sekolah dan melaporkan pada pihak Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan. Sehingga pihak dari Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan bisa tahu bagaimana perkembangan karakter santri ketika berada diluar lingkungan (Observasi, 22 September 2024).

Dari berbagai macam strategi yang diterapkan oleh Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan memberikan dampak yang positif pada perkembangan *image building* lembaga ini, selain itu juga berdampak pada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa wali murid atau selaku pengguna jasa pendidikan di lembaga ini memberikan respon yang sangat positif, hal itu bisa dilihat dari anak-anak dari keluarga wali murid banyak disekolahkan pada lembaga pendidikan Al-Islam ini, seperti kakak, adik atau

wali murid itu sendiri juga merupakan lulusan di Madrasah Aliyah Al-Islam. Hal ini merupakan respon yang baik dari pengguna jasa sehingga bisa menambah atau meningkatkan *image building* di lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo (Observasi, 22 September 2024).

Citra suatu lembaga, termasuk lembaga pendidikan, dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, serta elemen tampilan lainnya. Hal ini mencakup pemanfaatan media publikasi yang beragam, baik visual, audio, maupun audio visual (Sandyakala, 2020, hal. 196). Strategi sekolah dalam meningkatkan citra (image) melibatkan pemberdayaan seluruh warga sekolah untuk berperan aktif dalam memajukan mutu pendidikan di lembaga tersebut. Citra sekolah terbentuk dari berbagai unsur yang terdiri dari sejumlah komponen, sebagaimana dijelaskan oleh Alifahmi. Dalam penelitian ini, terdapat berbagai komponen yang dijadikan sebagai faktor yang mempengaruhi citra sekolah, antara lain: reputasi, kegiatan ekstrakurikuler, biaya, perhatian guru, kondisi fisik, dan jangkauan citra. Citra sekolah dibangun berdasarkan persepsi dan penilaian masyarakat terhadap komponen-komponen tersebut. Strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan dapat bervariasi antar sekolah, karena setiap lembaga memiliki pendekatan dan strategi yang unik. Hal ini menghasilkan ciri khas masing-masing sekolah yang membedakannya dari yang lain (Supramono, 2016, hal. 117–118).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Image building (citra lembaga pendidikan), yaitu suatu keyakinan atau persepsi, pengetahuan, kesan publik terhadap apa yang dilihat dan dirasakannya mengenai lembaga pendidikan. Jadi, *image building* ini merupakan kesan atau keyakinan (suatu penilain) yang diberikan oleh publik kepada lembaga pendidikan. Diantara manfaat adanya pengembangan *image building* di Madrasah Aliyah ini adalah dengan adanya citra positif lembaga pendidikan Al-Islam akan membawa dampak baik bagi penilaian masyarakat jangka panjang. Karena suatu lembaga pendidikan Islam jika tidak memiliki *image building* yang kuat dan positif akan tenggelam oleh persaingan antar lembaga pendidikan lain. Kedua, adanya citra positif Madrasah Aliyah Al-Islam menjadikan kekuatan penting ketika Madrasah Aliyah Al-Islam ini sedang mengalami sedikit *problem* baik dari luar maupun dalam, karena dengan adanya citra positif yang mengalir dari masyarakat, membuat lembaga pendidikan ini tetap berdiri. Terakhir adalah hemat biaya, karena dengan pengembangan citra positif membuat masyarakat menjadi tahu dan semakin yakin dengan pemasaran lembaga ini. Sedangkan strategi yang digunakan dalam pengembangan *image*

building pada MA Al-Islam sehingga mendapatkan akreditasi A ialah dengan menggunakan prinsip "*al-muhafadhotu 'ala qodimis sholih wal akhdzu bil jadidil ashlah*" yang mempunyai makna "memelihara (menjaga) nilai atau ajaran lama yang baik dan mengambil nilai atau ajaran baru yang lebih baik". Kedua, pemberdayaan masyarakat lingkungan di Madrasah Aliyah Al-Islam dengan melalui pengarahan guru oleh kepala sekolah. Jadi, dengan beberapa strategi ini yang masih secara global mampu untuk mengembangakan *image building* di lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Islam Joresan.

Dari berbagai pembahasan yang telah di paparkan diatas, peneliti dengan rendah hati meminta saran kepada pembaca untuk mengembangkan penelitian yang sama dengan cakupan yang luas. Karena peneliti menyadari bahwa hasil penelitian yang telah peneliti peroleh masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu saran dan masukan dari orang lain sangat di perlukan peneliti dalam mengembangkan penelitian ini, serta peneliti berharap agar ada pengembangan penelitian pada waktu yang akan datang sehingga bisa menghasilkan pemahaman yang lebih luas lagi terkait dengan *image building* pada lembaga pendidikan Islam terkhususnya.

DAFTAR REFERENSI

Asri Yuni VikaSari, A., Muin Bahaf, A., & A. Z. (2024). Elemen bauran pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga. IJEL: Indonesian Journal of Education and Learning, 7(2), 80–88. https://doi.org/10.31002/ijel.v7i2.1240

Emilda, E. (2022). Bullying di pesantren: Jenis, bentuk, faktor, dan upaya pencegahannya. Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan, 5(2), 198–207. https://doi.org/10.32923/kjmp.v5i2.2751

Erwin, I. (2015). Membangun citra publik dalam lembaga pendidikan Islam. Universum: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan, 9(2), 265–274. https://doi.org/10.30762/universum.v9i02.775

Fauzi, M. I. F. (2020). Manajemen sarana dan prasarana pendidikan. Jurnal Al-Rabwab, XIV(2), 90–115. https://doi.org/10.55799/jalr.v14i02.46

Indriani, F., Diba, F., Ubaedullah, D., & Pratama, A. I. (2021). Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam. Jurnal Isema: Islamic Educational Management, 6(2), 131–148. https://doi.org/10.15575/isema.v6i2.13656

Mukhlison Effendi, S. (2021). Pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan citra lembaga di lembaga pendidikan Islam. Southeast Asian Journal of Islamic Education Management, 2(1), 41–51. https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.40

Oktariani, W., Wuryaningsih, T., Lestari, S., Studi, P., Sosiologi, P., Soedirman, J., … Tengah, J. (2023). Interpretasi sosial terhadap kekerasan seksual dalam perspektif sekolah berbasis agama. Journal on Education, 06(01), 5318–5327. https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3591

Sandyakala, M. C. (2020). Peran public relations dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan, 30(2), 184–198. https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i2.63

Supandi, & Abdul Khobir, K. A. (2024). Membangun citra dan reputasi pendidikan Islam melalui strategi marketing lembaga pendidikan Islam. Al-Mafazi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2(1), 24–36. Retrieved from https://ejournal.stai-mas.ac.id/index.php/mpi/article/view/228

Supramono, S. M. (2016). Strategi peningkatan mutu dan citra (image) sekolah dasar negeri di Ungaran, Semarang. Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(1), 118.

Toha Ma'sum. (2020). Eksistensi manajemen pemasaran dalam membangun citra lembaga pendidikan. Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman, 10(2), 133–153. https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243

Yadnya, I. G. A. O. (2020). Peran strategis pengawas sekolah menjawab globalisasi pendidikan. Depok: Guepedia.

Yuli, Y. F., & Ahmad Efendi. (2022). Psikoedukasi upaya mencegah dan melawan perundungan (bullying & cyberbullying) di SMP Unggulan Habibulloh. Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 15–23. https://doi.org/10.55784/jompaabdi.v1i3.182