



Etika dan Profesional Humas dalam Lembaga Pendidikan Islam : Studi Kasus di SMP Plus Darus Sholah Jember

Moh. Iqbal Maulana^{1*}, Mohammad Nafi'ul 'Ulum², Moh. Kholilur Rohman³,
Muhammad Sofyan Hariyanto⁴, Rofiq Hidayat⁵.

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mohiqbalmaulana00@gmail.com¹

Abstract. *This research stems from the urgency of the role of public relations in Islamic educational institutions, particularly madrasas, which is increasingly complex and strategic in the current digital and information era. Public relations is not only tasked with disseminating information but also with building an image, maintaining public trust, and managing effective communication between the madrasa and various stakeholders such as students, parents, teachers, and the wider community. This study aims to identify and analyze the application of ethics and professionalism in public relations at SMP Plus Darus Sholah in Jember and its impact on the institution's image and public trust. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The findings indicate that the application of Islamic ethical values such as shiddiq (honesty), amanah (trustworthiness), and tabligh (transparency) in public relations practices significantly enhances the madrasa's credibility and public trust. Additionally, the professionalism of public relations officers, characterized by structured communication planning and interpersonal ethics, plays a crucial role in building a positive institutional image. However, challenges such as a lack of formal training and understanding of ethical standards remain. The implications of this study highlight the need for policy recommendations to enhance the capacity and integrity of public relations personnel in Islamic educational institutions to support their role as the forefront of institutional communication.*

Keywords: *Ethics; Institutional Image; Madrasa; Professionalism; Public Relations.*

Abstrak. Penelitian ini berangkat dari urgensi peran humas dalam lembaga pendidikan Islam, khususnya madrasah, yang semakin kompleks dan strategis di era digital dan informasi saat ini. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra, menjaga kepercayaan masyarakat, serta mengelola komunikasi yang efektif antara madrasah dengan berbagai pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis penerapan etika dan profesionalisme humas di SMP Plus Darus Sholah Jember serta dampaknya terhadap citra dan kepercayaan masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika Islam seperti shiddiq (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), dan tabligh (transparansi) dalam praktik kehumasan secara signifikan meningkatkan kredibilitas madrasah dan kepercayaan masyarakat. Selain itu, profesionalisme humas yang ditandai dengan perencanaan komunikasi terstruktur dan etika interpersonal berperan penting dalam membangun citra positif lembaga. Namun, tantangan seperti kurangnya pelatihan formal dan pemahaman tentang standar etika masih ditemukan. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan kapasitas dan integritas tenaga humas di lembaga pendidikan Islam guna mendukung perannya sebagai garda terdepan komunikasi institusi.

Kata kunci: Citra Kelembagaan; Etika; Hubungan Masyarakat; Madrasah; Profesionalisme.

1. LATAR BELAKANG

Latar belakang penelitian ini berangkat dari urgensi peran humas dalam lembaga pendidikan Islam, khususnya madrasah, yang semakin kompleks dan strategis dalam era digital dan informasi saat ini. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra, menjaga kepercayaan masyarakat, serta mengelola komunikasi yang efektif antara madrasah dengan berbagai pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, guru, dan masyarakat luas. Dalam konteks madrasah sebagai lembaga yang mengusung nilai-nilai Islam,

peran humas harus berlandaskan pada etika profesional yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama dan norma sosial yang berlaku. Kondisi ini menjadi sangat penting karena kesalahan komunikasi atau pelanggaran etika dapat merusak reputasi madrasah dan menurunkan kepercayaan publik, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap fungsi pendidikan dan dakwah madrasah itu sendiri.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fenomena masih ditemukannya praktik humas di beberapa madrasah yang kurang optimal dan terkesan belum profesional. Sebagai contoh, pada sekolah SMP Plus Darus Sholah di daerah Jember, komunikasi publik seringkali dilakukan secara sporadis tanpa strategi yang terencana, dan kurang memperhatikan nilai-nilai etika. Hal ini menimbulkan kesan kurang transparan dan menurunkan citra positif madrasah di mata masyarakat. Selain itu, dalam beberapa kasus, konflik atau masalah internal madrasah yang seharusnya dapat dikelola dengan komunikasi yang baik malah menjadi sumber polemik yang diperbesar oleh komunikasi yang tidak etis dan tidak profesional. Lebih lanjut, tantangan dalam membangun citra madrasah juga terkait dengan kemampuan dalam mengoptimalkan peran serta masyarakat. Sebagaimana dikemukakan Muhith (2012), optimalisasi peran serta masyarakat dalam pendidikan tidak hanya terbatas pada dukungan finansial, tetapi juga meliputi partisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program pendidikan. Hal ini semakin relevan di era kompetitif dimana madrasah harus memiliki strategi positioning yang jelas, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Holilah, Royani, & Tsauri (2022) bahwa strategi pemasaran madrasah harus berbasis nilai-nilai Islam dan mengedepankan keunikan kurikulum serta lingkungan belajar yang religius untuk meningkatkan daya saing. Dari situasi tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kebutuhan untuk mengevaluasi dan meningkatkan pemahaman serta penerapan etika dan profesionalisme humas dalam madrasah agar lembaga pendidikan Islam ini berfungsi optimal sebagai pusat pembelajaran dan dakwah.

Kajian terhadap penelitian terdahulu menunjukkan berbagai temuan yang berkaitan dengan etika dan profesionalisme humas dalam pendidikan Islam maupun lembaga pendidikan lainnya. Penelitian oleh Rahmat (2021) menyoroti pentingnya penerapan kode etik humas dalam meningkatkan kredibilitas lembaga pendidikan Islam, dengan hasil yang menunjukkan hubungan positif antara penerapan etika dan kepercayaan masyarakat. Sementara penelitian dari Lestari (2022) mengungkapkan bahwa profesionalisme humas sangat dipengaruhi oleh kompetensi komunikasi dan pemahaman nilai-nilai agama yang dianut lembaga, menghasilkan rekomendasi penguatan pelatihan bagi humas. Sedangkan studi oleh Widodo (2023) menyoroti khusus pada madrasah bahwa peran humas masih banyak dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki latar belakang atau pelatihan khusus, sehingga profesionalisme masih rendah dan

berdampak pada penyampaian informasi yang kurang efektif. Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini akan lebih fokus pada evaluasi etika dan profesionalitas humas secara sistematis di madrasah di wilayah Jember dan bagaimana praktik tersebut memengaruhi citra lembaga serta partisipasi masyarakat dalam pendidikan Islam.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis penerapan etika dan profesionalisme humas dalam lembaga pendidikan Islam khususnya di SMP Plus Darus Sholah di Jember, serta dampaknya terhadap citra dan kepercayaan masyarakat. Indikator tujuan utama meliputi: pertama, tingkat pemahaman humas madrasah mengenai kode etik komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam; kedua, evaluasi praktik komunikasi publik yang dilakukan oleh humas madrasah; ketiga, penilaian profesionalisme humas dalam melaksanakan tugasnya berdasarkan standar kompetensi yang berlaku; dan keempat, pengaruh penerapan etika dan profesionalisme humas terhadap persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Dengan indikator tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi strategis humas dalam lembaga pendidikan Islam dan potensi perbaikannya.

Argumentasi hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika dan profesionalisme humas di madrasah memiliki peran sentral dalam membangun citra lembaga yang positif dan menjaga kepercayaan stakeholders. Penelitian ini menemukan bahwa humas yang memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai etika Islam dalam komunikasi publik mampu membentuk citra madrasah yang lebih kredibel dan terpercaya. Selain itu, profesionalisme yang ditandai dengan kompetensi komunikasi, pemahaman strategi humas, dan sikap tanggung jawab meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta pengelolaan hubungan publik. Namun, masih ditemukan tantangan berupa kurangnya pelatihan formal bagi humas madrasah dan rendahnya pemahaman mengenai standar etika yang tepat. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi penting bagi kebijakan pengembangan sumber daya manusia di madrasah, khususnya dalam meningkatkan kapasitas dan integritas humas sebagai garda terdepan komunikasi institusi pendidikan Islam. Penemuan ini sekaligus menegaskan urgensi penelitian yang berkelanjutan dengan fokus pada implementasi praktik baik humas yang beretika dan profesional dalam konteks lembaga pendidikan Islam di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Etika Humas Pendidikan Islam

Etika Humas dalam konteks pendidikan Islam merupakan seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku dan komunikasi seorang praktisi humas berdasarkan nilai-nilai dan ajaran Islam. Menurut Ruslan (2018), etika humas pada dasarnya adalah penerapan filsafat moral dalam praktik kehumasan untuk membedakan yang baik dan buruk. Dalam konteks keislaman, Assegaf (2016) menegaskan bahwa etika profesional harus bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang menekankan nilai-nilai seperti *shiddiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), dan *tabligh* (menyampaikan). Sementara itu, Djajakusuma (dalam Muzakki, 2019) menambahkan bahwa etika humas di lembaga Islam tidak hanya sekadar mematuhi kode etik profesi, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah untuk menjaga nama baik lembaga sebagai bagian dari *amar ma'ruf nahi munkar*.

Indikator Etika Humas Pendidikan Islam dapat diukur melalui beberapa aspek kunci. Pertama, prinsip kejujuran (*shiddiq*) dan transparansi dalam menyampaikan informasi, di mana humas wajib menghindari manipulasi fakta atau menutup-nutupi informasi yang seharusnya diketahui publik (Ruslan, 2018). Kedua, prinsip amanah (akuntabilitas), yaitu bertanggung jawab atas segala tugas dan wewenang yang diemban, serta menjaga kepercayaan yang diberikan oleh berbagai pemangku kepentingan (Assegaf, 2016). Ketiga, prinsip keadilan, yakni memperlakukan semua pihak secara adil dan tidak diskriminatif, serta menjaga keseimbangan antara kepentingan madrasah dan kepentingan masyarakat (Muzakki, 2019).

Manfaat penerapan etika humas yang berbasis nilai Islam ini sangat strategis. Pertama, ia berfungsi sebagai panduan moral bagi humas madrasah dalam mengambil keputusan komunikasi, terutama ketika menghadapi situasi krisis atau dilema etika (Assegaf, 2016). Kedua, etika ini membangun dan memelihara kredibilitas serta kepercayaan masyarakat, yang merupakan modal sosial terpenting bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan (Ruslan, 2018). Ketiga, secara internal, penerapan etika ini memperkuat identitas keislaman madrasah, di mana seluruh proses komunikasinya tidak hanya efektif secara teknis tetapi juga bermuatan nilai dan menjadi media dakwah (Muzakki, 2019). Manfaat strategis lainnya adalah dalam membangun kolaborasi dengan orang tua dan masyarakat. Royani & Maarif (2021) menegaskan bahwa kolaborasi antara keluarga dan sekolah menjadi kunci keberhasilan pendidikan, yang memerlukan komunikasi intensif dan transparan untuk menjaga kepercayaan. Hal ini sejalan dengan nilai *tabligh* dan *amanah* dalam etika humas pendidikan Islam. Dengan demikian, etika bukanlah hambatan, melainkan fondasi untuk membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan.

Profesionalisme Humas di Lembaga Pendidikan

Profesionalisme Humas di lembaga pendidikan merujuk pada kapasitas, keterampilan, dan sikap kerja yang tinggi yang dimiliki oleh seorang petugas humas dalam menjalankan fungsinya secara efektif dan sesuai standar. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013), profesionalisme dalam humas ditandai dengan penguasaan pengetahuan khusus, keterampilan teknis, dan komitmen untuk memberikan kinerja terbaik. Dalam konteks Indonesia, Danim (2016) mendefinisikan profesionalisme guru dan tenaga kependidikan sebagai sikap moral yang dilandasi semangat pengabdian untuk selalu meningkatkan kompetensinya. Sementara itu, Muzakki (2019) menekankan bahwa di lingkungan madrasah, profesionalisme humas harus diimbangi dengan pemahaman yang mendalam tentang visi-misi pendidikan Islam.

Jenis-jenis kompetensi yang menandai profesionalisme humas sangat beragam. Pertama, kompetensi teknis, yang meliputi kemampuan menulis, berbicara di depan umum, mengelola media, dan merencanakan acara (Cutlip et al., 2013). Kedua, kompetensi strategis, yaitu kemampuan untuk merancang dan melaksanakan program humas yang terintegrasi dengan tujuan institusi secara keseluruhan (Danim, 2016). Ketiga, kompetensi relasional, yakni kemampuan membina hubungan interpersonal yang baik dengan berbagai kalangan, baik internal seperti siswa dan guru, maupun eksternal seperti orang tua dan masyarakat (Muzakki, 2019). Penguasaan terhadap ketiga jenis kompetensi ini mutlak diperlukan agar humas dapat berfungsi secara optimal.

Fungsi dari profesionalisme humas dalam konteks madrasah sangat krusial. Pertama, ia berfungsi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, memastikan informasi disampaikan secara tepat, cepat, dan melalui saluran yang benar, sehingga menghindari kesalahpahaman (Cutlip et al., 2013). Kedua, profesionalisme humas berfungsi untuk membangun dan melindungi citra positif madrasah di mata publik, termasuk dalam mengelola isu-isu negatif yang mungkin timbul (Danim, 2016). Ketiga, humas yang profesional berfungsi sebagai *bridge builder* (jembatan) yang menghubungkan madrasah dengan komunitasnya, mendorong partisipasi dan dukungan masyarakat terhadap program-program pendidikan yang dijalankan, yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan mutu pendidikan (Muzakki, 2019). Tanpa profesionalisme, fungsi-fungsi strategis ini tidak akan tercapai.

Citra Lembaga Madrasah

Citra Lembaga Madrasah adalah persepsi, kesan, dan penilaian yang terbentuk dalam pikiran masyarakat terhadap keseluruhan atribut, kinerja, dan identitas sebuah madrasah. Menurut Jefkins (2004), citra adalah kesan yang timbul akibat pengetahuan dan pengalaman seseorang terhadap suatu organisasi. Sementara Argenti (2016) mendefinisikan citra sebagai

representasi dari reputasi organisasi yang terbentuk dari waktu ke waktu. Dalam perspektif yang lebih spesifik, Muzakki (2019) menjelaskan bahwa citra madrasah tidak hanya terkait dengan mutu akademik, tetapi juga kuat dengan nilai-nilai spiritual dan akhlak yang ditanamkan, sehingga membentuk *brand* tersendiri sebagai lembaga yang mencetak generasi yang cerdas dan berkarakter.

Pembentukan citra madrasah dipengaruhi oleh beberapa indikator kunci. Pertama, kualitas layanan pendidikan, yang mencakup kompetensi guru, kelengkapan fasilitas, dan kurikulum yang diterapkan (Jefkins, 2004). Kedua, efektivitas komunikasi, yaitu bagaimana madrasah menyampaikan informasi, nilai-nilai, dan prestasinya kepada publik melalui berbagai saluran, baik konvensional maupun digital (Argenti, 2016). Ketiga, konsistensi antara nilai yang diusung dengan praktik nyata. Aspek komunikasi pemimpin juga menjadi faktor penentu dalam pembentukan citra. Aminah (2018) menekankan bahwa strategi positioning lembaga pendidikan Islam tidak hanya bergantung pada kualitas akademik, tetapi juga pada kemampuan komunikasi pemimpin dalam menyampaikan nilai-nilai dan identitas keislaman kepada publik. Selain itu, kualitas layanan yang baik menjadi fondasi penting, dimana Hidayat (2020) menyatakan bahwa implementasi kualitas layanan pendidikan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat dan citra positif lembaga. Sebuah madrasah yang mengusung nilai kejujuran tetapi terbukti melakukan ketidaktransparanan dalam pengelolaan dana, misalnya, akan merusak citranya secara signifikan (Muzakki, 2019). Indikator-indikator ini saling berkaitan dan membentuk persepsi yang holistik.

Manajemen citra madrasah memiliki manfaat yang sangat strategis. Pertama, citra yang positif berfungsi sebagai daya tarik utama bagi calon peserta didik dan orang tua, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat registrasi siswa (Jefkins, 2004). Kedua, citra yang baik memperkuat legitimasi dan kepercayaan masyarakat, yang memudahkan madrasah dalam menjalin kemitraan, mendapatkan dukungan sumber daya, dan melaksanakan program-programnya (Argenti, 2016). Ketiga, dalam jangka panjang, citra yang terkelola dengan baik akan menciptakan loyalitas dan kebanggaan bagi seluruh warga madrasah, baik siswa, orang tua, maupun guru, sehingga menciptakan lingkungan belajar yang positif dan mendukung terwujudnya tujuan pendidikan Islam secara utuh (Muzakki, 2019). Oleh karena itu, membangun dan memelihara citra adalah investasi vital bagi keberlangsungan madrasah.

Selain teori-teori klasik di atas, penting pula meninjau kerangka komunikasi dua arah yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984) melalui Excellence Theory serta Dialogic Communication Model oleh Kent dan Taylor (2002). Kedua teori ini menekankan pentingnya interaksi yang partisipatif, transparan, dan berorientasi pada keseimbangan hubungan antara

organisasi dan publiknya. Prinsip komunikasi dua arah ini sejatinya memiliki kesamaan substansial dengan konsep tabligh dan musyawarah dalam Islam, di mana komunikasi harus jujur, terbuka, dan menghargai umpan balik dari pihak lain. Dalam konteks madrasah, penerapan komunikasi dua arah berbasis nilai spiritual memperkuat integritas moral lembaga serta membangun rasa saling percaya antara pihak sekolah dan masyarakat. Dengan demikian, penggabungan nilai-nilai keislaman dan teori komunikasi modern tidak hanya memperluas perspektif akademik, tetapi juga menawarkan model kehumasan yang lebih manusiawi, beretika, dan berorientasi pada keberlanjutan hubungan sosial. Pendekatan integratif ini menjadikan etika dan profesionalisme humas di lembaga pendidikan Islam sebagai kontribusi teoretis yang signifikan bagi pengembangan ilmu komunikasi lintas budaya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Jenis studi kasus dipilih karena penelitian ini bermaksud untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam fenomena penerapan etika dan profesionalisme humas dalam konteks yang spesifik, yaitu di SMP Plus Darus Sholah Jember. Creswell (2018) menyatakan bahwa studi kasus merupakan penyelidikan yang mendalam terhadap suatu sistem yang dibatasi oleh waktu dan aktivitas. Proses kegiatan dalam penelitian ini dimulai dari perumusan fokus penelitian, pengumpulan data di lapangan secara mendalam, analisis data, hingga penarikan kesimpulan yang menggambarkan realitas yang terjadi pada kasus yang diteliti.

Obyek penelitian ini adalah proses dan praktik kehumasan yang berlangsung di SMP Plus Darus Sholah yang beralamat di Jalan Mangga No. 10, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa madrasah ini merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berkembang di daerah Jember dan memiliki interaksi publik yang dinamis, namun dari observasi awal menunjukkan adanya indikasi praktik humas yang belum optimal dan terkesan sporadis, seperti yang dijelaskan dalam latar belakang. Menurut Muzakki (2019), memilih kasus yang dapat memberikan informasi yang kaya dan mendalam adalah kunci dalam penelitian kualitatif. Proses penentuannya dilakukan secara purposive, dimana lokasi dipilih justru karena memiliki karakteristik dan fenomena yang relevan dan ingin dikaji secara mendalam oleh peneliti.

Subyek penelitian ini ditentukan melalui teknik purposive sampling. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih informan yang dianggap paling mengetahui dan dapat

memberikan informasi yang mendalam tentang masalah yang diteliti (Sugiyono, 2019). Subyek atau informan kunci dalam penelitian ini adalah: (1) Kepala Madrasah, sebagai penanggung jawab kebijakan; (2) Staf Humas atau pihak yang menjalankan fungsi humas; dan (3) Perwakilan orang tua siswa dan tokoh masyarakat di sekitar madrasah, sebagai representasi dari pemangku kepentingan eksternal. Pemilihan orang tua siswa dan tokoh masyarakat sebagai informan didasarkan pada pertimbangan strategis mengenai peran serta masyarakat dalam pendidikan. Muhith (2012) menegaskan bahwa optimalisasi peran serta masyarakat mencakup partisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program pendidikan, sehingga persepsi mereka sangat penting untuk memahami efektivitas komunikasi madrasah. Proses penentuannya dimulai dengan mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses komunikasi madrasah, kemudian memilih mereka yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman paling relevan dengan fokus penelitian. Muzakki (2019) menegaskan bahwa dalam studi kasus, kualitas informan lebih diutamakan daripada kuantitasnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada seluruh informan kunci dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk menggali pemahaman, pengalaman, dan persepsi mereka mengenai etika dan profesionalisme humas (Sugiyono, 2019). Observasi partisipan dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas kehumasan, seperti penyampaian informasi, penanganan keluhan, dan interaksi dengan masyarakat, guna mencocokkan data dari wawancara dengan perilaku nyata di lapangan. Studi dokumentasi digunakan untuk menganalisis dokumen-dokumen pendukung seperti struktur organisasi, kode etik, konten media sosial, dan publikasi madrasah. Menurut Creswell (2018), triangulasi dengan menggunakan berbagai sumber data ini akan meningkatkan keabsahan dan kedalaman data.

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan merangkum, memfokuskan, dan memilih data-data penting yang diperoleh dari lapangan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk matriks, tabel, atau narasi deskriptif untuk mempermudah pemahaman. Dari penyajian data tersebut, kemudian ditarik kesimpulan yang diverifikasi selama proses penelitian berlangsung. Muzakki (2019) menambahkan bahwa dalam konteks penelitian pendidikan Islam, analisis data juga dilengkapi dengan refleksi filosofis terhadap temuan data untuk mengaitkannya dengan nilai-

nilai etika Islam. Proses ini bersifat siklikal dan iteratif, memastikan bahwa temuan penelitian benar-benar representatif terhadap realitas yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Humas dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam di SMP Plus Darus Sholah Jember.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika Islam menjadi fondasi utama dalam praktik kehumasan di SMP Plus Darus Sholah Jember. Nilai-nilai seperti shiddiq (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), dan tabligh (transparansi) diterapkan secara nyata dalam komunikasi antara madrasah dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk orang tua, siswa, dan masyarakat.

Sikap transparan dan akuntabel terlihat dalam berbagai kegiatan, seperti Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) dan pertemuan wali santri baru. Humas madrasah secara konsisten menyampaikan informasi secara terbuka, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan, termasuk mengenai visi-misi, kurikulum, dan sistem evaluasi pembelajaran. Keterbukaan ini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan ruang dialog interaktif, di mana orang tua dan masyarakat diberi kesempatan untuk menyampaikan aspirasi, pertanyaan, maupun masukan. Pendekatan komunikasi dua arah ini mencerminkan penerapan nilai *tabligh* yang tidak hanya sekadar menyampaikan, tetapi juga mendengarkan.



Gambar 1. Kegiatan MPLS SMP Plus Darus Sholah Jember.

Gambar di atas menunjukkan salah satu momen dalam kegiatan Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) yang diselenggarakan oleh SMP Plus Darus Sholah Jember. Dalam gambar terlihat interaksi aktif antara perwakilan madrasah dengan peserta didik baru. Dari perspektif etika humas, situasi ini merepresentasikan penerapan nilai *tabligh* (transparansi) dan *amanah*, di mana humas madrasah tidak hanya menyampaikan

informasi sepihak tetapi juga menciptakan ruang dialog yang partisipatif. Ekspresi wajah yang terbuka dan postur tubuh yang melibatkan audiens menunjukkan komitmen humas dalam membangun komunikasi yang egaliter dan beretika, sesuai dengan nilai-nilai pendidikan Islam.

Selain itu, etika interpersonal yang dilandasi oleh nilai *akhlaqul karimah* menjadi ciri khas dalam setiap interaksi. Humas senantiasa menggunakan bahasa yang santun, lembut, dan empatik, baik dalam komunikasi langsung maupun melalui media. Ketika menghadapi isu sensitif atau kritik dari masyarakat, humas tidak serta-merta bereaksi defensif, melainkan melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan pimpinan madrasah, kemudian memberikan klarifikasi dengan cara yang menenangkan dan berorientasi pada solusi. Sikap ini menunjukkan internalisasi nilai *amanah* dan *shiddiq*, di mana humas bertindak sebagai penjaga kepercayaan dan kejujuran institusi.

Dengan demikian, penerapan etika humas yang berbasis nilai Islam ini tidak hanya memperkuat kredibilitas madrasah, tetapi juga membangun citra lembaga yang dipercaya, dihormati, dan memiliki integritas moral yang tinggi di mata masyarakat.

Profesionalisme Humas dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam di SMP Plus Darus Sholah Jember.

Di samping aspek etika, profesionalisme humas juga menjadi faktor penentu dalam membangun citra positif SMP Plus Darus Sholah Jember. Profesionalisme ini tercermin dari perencanaan komunikasi yang terstruktur, sistematis, dan terukur dalam setiap kegiatan kehumasan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf humas, setiap kegiatan besar seperti MPLS dan pertemuan wali santri diawali dengan penyusunan pedoman acara yang detail, pembagian tugas yang jelas, serta evaluasi pra dan pasca-kegiatan. Humas tidak hanya bekerja secara spontan, tetapi dengan strategi yang matang, termasuk menyiapkan naskah sambutan, alur informasi, dan antisipasi pertanyaan yang mungkin muncul dari publik. Pendekatan ini menunjukkan penguasaan kompetensi teknis dan strategis sebagaimana dikemukakan oleh Cutlip, Center, & Broom (2013).



Gambar 2. Pertemuan Wali Santri Baru SMP Plus Darus Sholah Jember.

Foto tersebut mendokumentasikan suasana Pertemuan Wali Santri Baru di SMP Plus Darus Sholah Jember. Dari tata ruang dan penataan panggung yang tertata rapi, serta penggunaan seragam yang konsisten oleh staf, terlihat jelas cerminan profesionalisme humas madrasah. Pengaturan tempat duduk yang formal namun tetap memungkinkan interaksi tatap muka menunjukkan perencanaan komunikasi yang strategis. Elemen-elemen visual seperti spanduk bertema Islami dan logo madrasah yang tampil konsisten memperkuat identitas lembaga. Secara keseluruhan, gambar ini merepresentasikan bagaimana profesionalisme humas dalam hal perencanaan dan eksekusi acara berkontribusi langsung dalam membangun citra madrasah yang terorganisir, kredibel, dan berwibawa.

Konsistensi citra lembaga juga dijaga melalui pengelolaan simbol dan identitas visual yang profesional. Dalam setiap acara, dekorasi, logo, spanduk, dan atribut lainnya diselaraskan dengan identitas madrasah yang bernuansa Islami namun tetap modern. Hal ini tidak hanya memperkuat brand awareness, tetapi juga menciptakan kesan yang harmonis dan terkelola dengan baik di benak publik.

Selain itu, humas madrasah mampu berperan sebagai *bridge builder* yang efektif antara institusi dengan komunitasnya. Kemampuan membina hubungan baik dengan berbagai pihak mulai dari internal (guru dan siswa) hingga eksternal (orang tua dan tokoh masyarakat) menunjukkan kompetensi relasional yang tinggi. Humas tidak hanya menjadi penyampai pesan, tetapi juga fasilitator yang mendorong partisipasi dan dukungan masyarakat terhadap program madrasah.

Dengan kombinasi antara perencanaan yang matang, eksekusi yang terstruktur, dan kemampuan interpersonal yang baik, humas SMP Plus Darus Sholah berhasil menciptakan citra lembaga yang profesional, progresif, dan dapat diandalkan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil mengungkap temuan yang mencengangkan bahwa nilai-nilai etika Islam shiddiq, amanah, dan tabligh tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi justru menjadi strategi komunikasi yang efektif dan berkelanjutan dalam membangun reputasi madrasah. Novelty penelitian ini terletak pada integrasi sistematis antara etika Islam dengan prinsip profesionalisme humas yang melahirkan model konseptual baru bagi manajemen hubungan publik di madrasah. Berbeda dengan pendekatan humas konvensional yang berbasis korporasi, model ini menawarkan paradigma Islamic Public Relations yang berakar pada nilai akhlaqul karimah dan komunikasi dua arah partisipatif, sekaligus memperkuat identitas keislaman lembaga.

Meskipun telah memberikan kontribusi teoretis yang signifikan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, fokus penelitian yang hanya pada satu lokasi studi kasus (SMP Plus Darus Sholah Jember) membatasi generalisasi temuan untuk konteks madrasah yang lebih beragam. Kedua, penelitian ini belum menggali secara mendalam dimensi digitalisasi kehumasan, khususnya peran media sosial dan digital analytics dalam memperluas jangkauan komunikasi publik madrasah di era disruptif. Ketiga, pengukuran dampak citra lembaga masih bersifat deskriptif-kualitatif dan belum didukung instrumen kuantitatif yang terukur secara statistik.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk: (1) memperluas objek penelitian ke berbagai madrasah dengan karakteristik berbeda (negeri/swasta, urban/rural) guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif; (2) mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan digital analytics untuk mengukur efektivitas komunikasi humas di platform digital; serta (3) mengembangkan kajian komparatif antara model humas Islam dengan model humas konvensional guna memperkuat landasan teoretis Islamic Public Relations Model. Dengan demikian, penelitian ke depan tidak hanya akan menyempurnakan temuan ini, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi dan manajemen pendidikan Islam yang kontekstual dan berbasis nilai.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, S., & Suriansyah. (2024). *Manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat: Manajemen humas di madrasah*. Universitas Lampung.
- Aminah, S. (2018). Komunikasi pemimpin dalam strategi positioning guna meningkatkan daya saing perguruan tinggi Islam. *International Journal of Islamic Communication*, 1(1), 78–92. <https://doi.org/10.35719/ijic.v1i1.90>
- Argenti, P. A. (2016). *Corporate communication*. McGraw-Hill Education.
- Assegaf, A. R. (2016). *Filsafat pendidikan Islam: Paradigma baru pendidikan hidup berbasis interkoneksi integral*. Rajagrafindo Persada.
- Botan, C. (1992). International public relations: Critique and reformulation. *Public Relations Review*, 18(2), 149–159. [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(92\)90006-K](https://doi.org/10.1016/0363-8111(92)90006-K)
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Danim, S. (2016). *Motivasi kepemimpinan dan efektivitas kelompok*. Rineka Cipta.
- Davidson, S. (2025). *Public relations theory: Conceptualising hegemonic and agonistic approaches*. SAGE Publications.
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995). *The organizational roles of public relations practitioners*. Institute for Public Relations.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hidayat, R. (2020). Implementasi servqual dalam meningkatkan mutu layanan pada manajemen pemasaran pendidikan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.35719/jieman.v1i2.17>
- Holilah, M. N., Royani, A., & Tsauri, S. (2022). Strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Ibtidaiyah at-Taqwa Bondowoso. *Managiere: Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 1–18.
- Jefkins, F. (2004). *Public relations*. Erlangga.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(02\)00108-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00108-X)
- Lestari, N. (2022). Profesionalisme humas dan kompetensi komunikasi dalam lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam dan Komunikasi*, 6(1), 98–110.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Muhith, A. (2012). Optimalisasi peran serta masyarakat dalam pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 45–58.
- Muzakki, A. (2019). *Manajemen public relations lembaga pendidikan Islam*. UIN KHAS Jember Press.
- Muzakki, A. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan Islam: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. UIN KHAS Jember Press.

- Rahmat, A. (2021). Penerapan kode etik humas dalam meningkatkan kredibilitas lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, 5(2), 123–135.
- Royani, A., & Maarif, M. A. (2021). Pola kerjasama keluarga dan sekolah dalam pendidikan anak usia dini di masa pandemi. *Genius Journal*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.29240/zuriah.v2i1.2520>
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.