

**STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KULON
PROGO YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA
PENDIDIKAN MTS MELALUI MEDIA PODCAST**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Disusun Oleh:

Svaprizal. U
NIM. 21104090055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syaprizal. U
NIM : 21104090055
Progragam Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **"STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KULON PROGO YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA PENDIDIKAN MTS MELALUI MEDIA PODCAST "** adalah hasil penelitian sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 09 November 2025

Yang Menyatakan



Syaprizal.u
21104090055

SURAT PERSETUJUAN SKIRIPSI

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan pembimbingan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Syaprizal.U

NIM : 21104090055

Judul Skripsi : STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KULON
PROGO YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN
CITRA PENDIDIKAN MTS MELALUI MEDIA
PODCAST

Sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 November 2025



Signer ID: TXDIW1SE16..

Dra. Wiji Hidayati, M. Ag
NIP. 19650523 199103 2 010

SURAT PENYESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3571/Un.02/DT/PP.00.9/12/2025

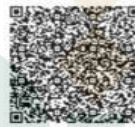
Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KULON PROGO YOGYAKARTA
DALAM MENINGKATKAN CITRA PENDIDIKAN MTS MELALUI MEDIA
PODCAST

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SYAPRIZAL.U
Nomor Induk Mahasiswa : 21104090055
Telah diujikan pada : Rabu, 19 November 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

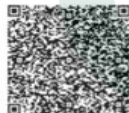
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Wiji Hidayati, M.Ag
SIGNED

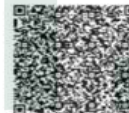
Valid ID: 692f7d120539



Penguji I

Heru Sulistya, M.Pd.
SIGNED

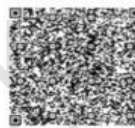
Valid ID: 692e82f95c04e



Penguji II

Drs. Edy Yusuf Nur Samsu Santosa, M.Si
SIGNED

Valid ID: 692e604e9c26e



Yogyakarta, 19 November 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Sigit Purnama, S.Pd.I., M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 692f7d000148

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahan Bahasa Indonesia:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

(Q.S. An-Nahl: 125)¹

”Kalau lagi senang, jangan terlalu; jangan lupa berbagi kesenangan dengan sekitar, karena bisa jadi sekarang kamu yang mendapat rezeki, tetapi besok mereka yang mendapatkannya.”²

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ “NU Online. (n.d.).mengambil softfile AL Qur’an dan terjememahan Q.S. An-Nahl: 125,” diakses 23 September 2025, <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>.

² Bng Basir, “ketika beli motor” (m bungo, 2020).

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Almamater Tercinta

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi dengan judul “Strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast” ini tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan ucapan dan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Sigit Purnama, S.Pd.I., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.
3. Ibu Siti Nur Hidayah, S.Th.I., M.Sc.I., Ph.D., selaku Ketua Manajemen Pendidikan Islam, serta Ibu Nora Saiva Jannana, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, beserta seluruh staf administrasi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas pelayanan dan arahan yang selalu optimal.
4. Bapak Heru Sulistya, M.Pd., selaku Dosen Penasehat Akademik, terima kasih atas bimbingan dalam keseluruhan proses akademik di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Ibu Dra. Wiji Hidiyati, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih atas waktu, arahan, dan nasihat yang penuh kesabaran serta ketulusan.
5. Terima kasih kepada seluruh dosen dan tenaga kependidikan di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan atas bantuan serta pelayanan

selama proses penyelesaian skripsi, yang telah sangat berarti dalam menuntun saya mencapai tahap akhir akademis ini.

6. Terima kasih kepada Bapak H. M. Wahib Jamil, M.Pd., selaku Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Kulon Progo, serta seluruh jajaran kepegawaian atas dukungan administrasi dan teknis. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Bapak Dian Purnamajati dan Bapak Ari Wandaya atas waktu dan informasi berharga yang telah diberikan.
7. Terima kasih kepada kedua orangtua saya, Bapak Umar dan Ibu Jamilah, atas doa, kasih sayang, serta kesabaran yang menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah saya. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh saudara abang dan adik saya atas dukungan yang tak pernah surut, khususnya kepada abang Basir yang mengajarkan untuk bertahan hidup dan berjuang menjadi manusia yang memanusiakan, serta adik Resmawati yang selalu menjadi tempat titik balik semangat peneliti apabila sedang dalam kejenuhan.
8. Terima kasih kepada teman-teman MPI 2021 dan seperjuangan yang menjadi bagian penting dalam proses akademik saya.. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada kontrakan Patrik yang telah menemani langkah dan petualangan selama masa kuliah, serta teman-teman Criterion Generation baik di Jogja maupun di tempat lain, yang selalu menjadi ruang tumbuh, belajar, dan berbagi semangat.

Yogyakarta, 10 November 2025

Penulis



Syaprizal.u

21104090055

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKIRIPSI.....	ii
SURAT PENYESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	16
F. Metode Penelitian	31
G. Sistematika Pembahasan.....	39
BAB II GAMBAR UMUM LOKASI PENELITIAN	41
A. Profil Kementerian Agama Kabupaten Kulon Progo.....	41
B. Program Humas Kementerian Agama Kabupaten Kulon Progo	53
BAB III STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KULON PROGO YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA PENDIDIKAN MTS	

MELALUI MEDIA PODCAST DI KEMENTERIAN AGAMA KULON	
PROGO YOGYAKARTA	59
A. Strategi Humas Dalam Pencarian Fakta, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Media Podcast untuk Meningkatkan Citra Pendidikan MTs Di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta.....	59
B. Capaian penerapan strategi dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta.	86
C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Humas kementerian agama kulon progo yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast Di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta	120
BAB IV PENUTUP.....	136
A. KESIMPULAN.....	136
B. SARAN	138
C. KATA PENUTUP	141
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	146

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Kulon Progo	45
Tabel 3 1 Data Siswa Madrasah Tsanawiyah Kulon Progo Tahun Ajaran 2025/2026.....	112
Tabel 3 2 Data Siswa Madrasah Tsanawiyah Kulon Progo Tahun Ajaran 2024/2025.....	114
Tabel 3 3 Data Siswa Madrasah Tsanawiyah Kulon Progo Tahun Ajaran 2023/2024.....	115
Tabel 3 4 Data Madrasah yang Mengalami Kenaikan 3 Tahun Terakhir	117
Tabel 3 5 Data Peralatan Studio	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kementerian Agama Kab. Kulon Progo.....	43
Gambar 2 2 Lima Budaya Kerja Kementerian Agama Kulon Progo.....	52
Gambar 2 3 Website Kemenag Kab. Kulon Progo.....	57
Gambar 2 4 Akun Media Sosial Kemenag Kulon Progo	58
Gambar 3 1 Perencanaan Podcast	74
Gambar 3 2 Live dan Editing Podcast	79
Gambar 3 3 Prestasi Siswa.....	91
Gambar 3 4 Komentar Penonton Podcast	101
Gambar 3 5 Poster Podcast	111
Gambar 3 6 Peralatan Podcast.....	126



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian.....	146
Lampiran 2: Transkrip Wawancara.....	153
Lampiran 3 : Analisis data.....	162
Lampiran 4: Dokumentasi penelitian.....	171
Lampiran 5: Surat izin penelitian.....	173
Lampiran 6: Surat Keterangan Izin Penelitian.....	174
Lampiran 7: Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi.....	175
Lampiran 8: Bukti Seminar proposal.....	176
Lampiran 9: Kartu Bimbingan Skripsi.....	177
Lampiran 10: Surat Keterangan Plagiasi.....	178
Lampiran 11: Sertifikat PBAK.....	179
Lampiran 12: Sertifikat ICT.....	179
Lampiran 13: Sertifikat TOEC.....	180
Lampiran 14: Sertifikat IKLA.....	181
Lampiran 15: Sertifikat PKTQ.....	182
Lampiran 16: Sertifikat KKN.....	183
Lampiran 17: Sertifikat PLP.....	184
Lampiran 18: Curriculum Vitae.....	185

ABSTRAK

Syaprizal .U, *Strategi Humas kementerian agama kulon progo yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta*. Skripsi: Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.

Persepsi masyarakat yang masih menempatkan Madrasah Tsanawiyah (MTs) sebagai lembaga pendidikan kelas dua menuntut strategi komunikasi yang efektif dari Humas Kementerian Agama. Diperlukan upaya kreatif dan inovatif untuk membangun citra positif madrasah di tengah persaingan dengan sekolah umum. Podcast dipilih sebagai media alternatif karena mampu menyampaikan pesan secara humanis, fleksibel, dan mudah diakses. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo dalam memanfaatkan podcast untuk meningkatkan citra pendidikan MTs, mencakup capaian penerapannya, serta faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan ditentukan melalui purposive sampling berdasarkan kriteria 3M (Mengetahui, Mengalami, dan Memahami) terhadap kegiatan podcast, meliputi Pranata Humas Kementerian Agama Kulon Progo dan staf Seksi Pendidikan Madrasah (Dikmad). Data dikumpulkan melalui observasi proses produksi podcast, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas melalui podcast dijalankan dengan perencanaan konten yang terarah, penetapan audiens yang jelas, serta penyajian informasi madrasah secara komunikatif. Dampaknya tampak pada penguatan enam bentuk citra, yaitu citra cermin, citra yang berlaku, citra keinginan, citra lembaga, citra serbaneka, dan citra penampilan. Penguatan citra ini turut berkontribusi pada adanya peningkatan jumlah siswa di beberapa madrasah meskipun total peserta didik MTs di Kulon Progo secara keseluruhan menurun. Faktor pendukung meliputi dukungan teknologi, kreativitas tim Humas, dan partisipasi madrasah, sementara hambatan yang muncul berupa keterbatasan sumber daya manusia dan kendala teknis. Temuan ini memberikan rujukan praktis bagi lembaga pendidikan dalam memanfaatkan media digital untuk membangun citra positif.

Kata kunci: *Strategi Humas, Citra Pendidikan, Kemenag Kulon Progo*

ABSTRACT

Syaprizal .U, *The Public Relations Strategy in Enhancing the Image of Madrasah Tsanawiyah through Podcast Media at the Ministry of Religious Affairs of Kulon Progo, Yogyakarta*. Undergraduate Thesis: Islamic Education Management Program, Faculty of Tarbiyah and Teaching Sciences, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 20225.

The public perception that still places Madrasah Tsanawiyah (MTs) as a second-tier educational institution demands an effective communication strategy from the Public Relations Division of the Ministry of Religious Affairs. Creative and innovative efforts are required to build a positive image of madrasahs amid competition with public schools. The podcast was chosen as an alternative medium because it can convey messages in a humanistic, flexible, and easily accessible manner. This study aims to analyze the communication strategy of the Public Relations Office of the Ministry of Religious Affairs in Kulon Progo in utilizing podcasts to enhance the image of MTs education, including its implementation achievements as well as the supporting and inhibiting factors.

This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Informants were selected using purposive sampling based on the 3M criteria—Knowing, Experiencing, and Understanding—the podcast activities, involving the Public Relations Officer of the Ministry of Religious Affairs Kulon Progo and staff of the Madrasah Education Division (Dikmad). Data were collected through observations of the podcast production process, in-depth interviews, and documentation. Data analysis followed the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The validity of the findings was ensured through source and technique triangulation.

The results indicate that the public relations strategy through the podcast is implemented through well-planned content, a clearly defined target audience, and communicative delivery of madrasah information. Its impact is reflected in the strengthening of six forms of image: mirror image, current image, wish image, corporate image, multiple image, and performance image. This strengthened image contributed to an increase in student enrollment in several madrasahs, even though the overall number of MTs students in Kulon Progo has declined. Supporting factors include technological availability, the creativity of the PR team, and the active participation of madrasahs, while challenges arise from limited human resources and technical constraints. These findings offer practical insights for educational institutions in utilizing digital media to build a positive public image.

Keywords: *Public Relations Strategy, Educational Image, Ministry of Religious Affairs Kulon Progo*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi dan digitalisasi seperti saat ini, perkembangan teknologi komunikasi telah memberikan pengaruh besar dalam dunia pendidikan. Media digital tidak hanya menjadi sarana pembelajaran, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membentuk citra dan persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan.³ Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memanfaatkan media digital secara strategis untuk membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Salah satu media yang tengah berkembang pesat adalah podcast, yang kini telah menjadi saluran komunikasi populer di berbagai kalangan.

Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola pendidikan berbasis keagamaan melalui lembaga-lembaga pendidikan seperti madrasah, termasuk Madrasah Tsanawiyah (MTs). MTs yang berada di bawah naungan Kementerian Agama (Kemenag) sering kali diposisikan sebagai alternatif dari sekolah-sekolah menengah pertama (SMP) yang dikelola oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek).⁴ Meskipun

³ Diah Ayu Prabandari et al., "Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah," *Jurnal Manajemen Pendidikan: Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan* 3, no. 2 (2021): 180, <https://doi.org/10.21831/jump.v3i2.45799>.

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020). Profil Pendidikan Islam.

memiliki kekhasan dalam penguatan pendidikan agama, *MTs* tetap dituntut untuk memberikan layanan pendidikan umum yang berkualitas agar mampu bersaing dengan sekolah-sekolah di bawah Kemendikbudristek.

Di lapangan, tantangan yang dihadapi *MTs* cukup kompleks. Salah satunya adalah persepsi masyarakat yang masih memandang madrasah, termasuk *MTs*, sebagai lembaga pendidikan kelas dua atau kurang unggul dibandingkan sekolah negeri lainnya.⁵ Padahal, banyak *MTs* kini telah menunjukkan prestasi yang setara, bahkan melampaui sekolah-sekolah umum, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. Namun demikian, keterbatasan dalam strategi komunikasi dan publikasi membuat capaian *MTs* kurang diketahui publik secara luas.

Dalam konteks inilah peran Humas Kementerian Agama menjadi sangat vital. Humas bukan sekadar pelaksana kegiatan protokoler, tetapi juga berfungsi sebagai agen komunikasi *strategis* yang dapat membentuk dan mengarahkan opini publik. Humas perlu merancang strategi komunikasi yang efektif dan relevan dengan perkembangan zaman, salah satunya melalui pemanfaatan media podcast. Podcast memungkinkan Humas menyampaikan narasi positif tentang kualitas pendidikan madrasah, khususnya *MTs*, secara lebih humanis, mendalam, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Pemanfaatan media podcast sebagai sarana untuk meningkatkan citra pendidikan madrasah merupakan langkah inovatif yang sejalan dengan

⁵ Zarkasyi, *Madrasah dan Tantangan Modernitas* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

tuntutan komunikasi modern. Melalui podcast, berbagai program unggulan madrasah, kisah inspiratif siswa dan guru, hingga kebijakan-kebijakan pendidikan dari Kementerian Agama dapat dikemas secara menarik dan komunikatif. Hal ini tidak hanya meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap madrasah, tetapi juga membangun kepercayaan dan kebanggaan terhadap pendidikan berbasis nilai-nilai keagamaan.⁶

Khusus di daerah seperti Kulon Progo, eksistensi dan persepsi masyarakat terhadap madrasah menjadi tantangan tersendiri. Sebagai wilayah yang plural dan memiliki akses terhadap berbagai bentuk informasi, masyarakat diharapkan dapat melihat madrasah bukan hanya dari sisi keagamaannya, tetapi juga sebagai lembaga pendidikan yang modern, inovatif, dan berdaya saing. Untuk itu, Kementerian Agama Kulon Progo melalui bagian Humas perlu merancang strategi yang tepat sasaran, salah satunya dengan membangun media komunikasi yang interaktif dan inklusif seperti podcast.

Namun, penggunaan media podcast sebagai strategi komunikasi tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Diperlukan perencanaan konten yang matang, penentuan target audiens yang tepat, serta integrasi antara pesan-pesan institusional dan pendekatan naratif yang menarik. Humas Kemenag harus mampu bertransformasi dari pendekatan komunikasi satu arah ke komunikasi yang partisipatif dan membangun engagement dengan

⁶ Yuliana, "Podcast Sebagai Media Komunikasi Baru," *Jurnal Komunikasi* 12, no. 2 (2020): 128.

masyarakat. Hal ini menuntut adanya profesionalitas dan kreativitas dalam pengelolaan media digital, termasuk podcast.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengkaji bagaimana strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam memanfaatkan media podcast untuk meningkatkan citra pendidikan, khususnya lembaga MTs, di tengah persaingan dengan sekolah-sekolah negeri lainnya. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat efektivitas media podcast sebagai saluran komunikasi publik yang mampu menyampaikan nilai, program, dan keunggulan madrasah kepada masyarakat secara luas.

Dengan demikian, penelitian yang berjudul “Strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast” diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan strategi komunikasi lembaga pendidikan keagamaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi para praktisi Humas di lingkungan Kementerian Agama dalam menyusun strategi komunikasi berbasis media digital yang adaptif terhadap perubahan zaman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast?

2. Bagaimana capaian penerapan strategi dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta.?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas kementerian agama kulon progo yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

- a) Menganalisis strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast.
- b) Mengetahui capaian penerapan strategi dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta.
- c) Mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi strategi podcast oleh Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

a) Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang hubungan masyarakat (Humas) dan komunikasi media digital. Penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai strategi Humas dalam membangun dan meningkatkan citra lembaga melalui pemanfaatan media baru, yaitu *podcast*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori komunikasi strategis, khususnya dalam konteks instansi pemerintahan yang bergerak di bidang pendidikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperluas pemahaman akademis tentang peran media digital dalam mendukung citra institusi publik.

b) Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi Kementerian Agama Kulon Progo, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih efektif melalui media *podcast* guna meningkatkan citra pendidikan yang berada di bawah naungannya. Bagi praktisi Humas, penelitian ini memberikan gambaran konkret mengenai pemanfaatan *podcast* sebagai media komunikasi yang relevan dan inovatif dalam membangun hubungan dengan publik. Selain itu, bagi instansi

pemerintah lainnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai model atau contoh penerapan strategi komunikasi digital untuk mendukung transparansi dan edukasi publik. Terakhir, bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dalam pengembangan penelitian terkait Humas digital, komunikasi publik, atau pemanfaatan media baru di sektor pemerintahan.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan hasil telaah, ditemukan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Peneliti menemukan beberapa kajian yang relevan terkait Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Melalui Media Podcast Di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta di antaranya sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Diah ayu Prabandari dkk (2021) berjudul, "*Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Sekolah.*" Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat dalam kegiatan sekolah dilakukan melalui kegiatan rutin dan kegiatan insidental. Media yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat yaitu WhatsApp dan surat formal. Langkah kegiatan yang dilakukan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Hasilnya yaitu citra sekolah yang baik serta terbangunnya komunikasi positif antara sekolah dengan masyarakat. Kendala yang dihadapi sekolah

dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu kesibukan orang tua siswa.⁷

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Muhammad Fahim (2025) berjudul, “*Strategi Humas untuk Membangun Citra Pondok Pesantren.*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen humas di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah untuk meningkatkan kepercayaan dan hubungan dengan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dari berbagai pihak terkait, seperti pimpinan pesantren, pengurus, alumni, santri, serta masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan mencakup komunikasi yang transparan, pemanfaatan media sosial, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Faktor kepemimpinan Kiai juga berperan signifikan untuk mengarahkan strategi humas agar tetap selaras dengan nilai-nilai pesantren. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan tantangan adaptasi terhadap teknologi digital. Penguatan kapasitas humas serta kolaborasi dengan berbagai pihak menjadi langkah strategis untuk meningkatkan citra pesantren di masyarakat.⁸

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahmah (2021) berjudul “*Strategi Media Relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor*

⁷ Prabandari et al., “Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah.”

⁸ Muhammad Fahim, “Strategi Humas untuk Membangun Citra Pondok Pesantren,” *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan* 4, no. 2 (2025): 265, <https://doi.org/10.56916/ejip.v4i2.1110> Strategi.

Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga". Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi media relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor dalam meningkatkan citra positif lembaga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor dalam melaksanakan strategi media relations sudah menerapkan lima strategi yaitu, 1) memberikan pelayanan kepada media sesuai dengan apa yang dibutuhkan, 2) membangun reputasi agar dapat dipercaya dengan memberikan informasi dari ahli atau narasumber yang dapat dipercaya dan sesuai dengan bidangnya, 3) menyediakan naskah informasi yang baik, dan ditunjang dengan hasil foto dan video untuk melengkapi informasi yang diberikan kepada rekan media, 4) bekerja sama dalam penyediaan informasi yang dibutuhkan oleh rekan media, 5) menyediakan fasilitas verifikasi untuk memenuhi kepuasan dari rekan media terhadap informasi yang ingin diketahui.⁹

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Dinda Septiana (2021) berjudul "*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19*". Artikel ini menggunakan metode studi literatur dengan jenis kajian pustaka yang menggunakan sumber 11 artikel nasional dan 10 artikel internasional. Dari hasil telaah jurnal dan buku di temukan bahwa

⁹ Zahara Aulia Rahmah dan Retno Triwoelandari, "Strategi Media Relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 4 (2022): 2828–6863.

strategi humas yang dibutuhkan dengan pemanfaatan media sosial yang sangat dibutuhkan untuk mempromosikan atau meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan masyarakat dalam era pandemi covid 19.¹⁰

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2025) berjudul “*Strategi Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Tunas Luhur*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana strategi Humas untuk memperkuat lembaga menjadi sekolah yang unggul dan berprestasi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa strategi humas yang efektif sangat penting untuk membangun citra positif dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam aktivitas pendidikan. Penelitian ini menjelaskan bahwa citra suatu lembaga dibentuk oleh proses komunikasi internal dan eksternal, dan menekankan pentingnya menjaga hubungan yang baik antara sekolah dan para pihak yang berkepentingan. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi Humas yang terstruktur dengan baik dapat secara signifikan berkontribusi pada reputasi dan keberhasilan lembaga untuk memberikan pendidikan berkualitas.¹¹

Keenam, penelitian yang dilakukan Elizabeth Diah Permata dan Erik Hadi Saputa (2023) berjudul, “*Aktivitas Public Relations Universitas*

¹⁰ Dinda Septian Elyus dan Muhamad Soleh, “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19,” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 9, no. 2 (2021): 281.

¹¹ Riska Purnama Sari dan Universitas Nurul Jadid, “Strategi Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Tunas Luhur,” *Jurnal Educatio* 11, no. 1 (2025): 143, <https://doi.org/10.31949/educatio.v11i1.12732> ISSN.

Amikom Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Digital Podcast Amikomjogja.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan citra Universitas Amikom Yogyakarta melalui podcast Amikomjogja yang didirikan oleh *public relation* Amikom. Obyek penelitian ini adalah podcast Amikomjogja yang menjadi *media relation* Universitas Amikom Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan konsep citra menurut Frank Jefkins (2003). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan kajian literatur terkait dengan topik penelitian. Informan penelitian ini adalah Manager *podcast* Amikomjogja sekaligus *staff public relation* Amikom. Teknik penentuan informan dilakukan dengan *purposive sampling* dan validasi dengan melakukan triangulasi mewawancarai Ketua BDPKN Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa podcast Amikomjogja membantu membentuk serta mempertahankan citra Universitas Amikom Yogyakarta.¹²

Ketujuh, penelitian skripsi yang dilakukan Al Maidah (2021) berjudul “*Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang.*” Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu teknik wawancara, teknik observasi dan teknik dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan reduksi data, penyajian

¹² Elizabet Diah Permata dan Erik Hadi Saputra, “Aktivitas Public Relations Universitas Amikom Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Digital ‘Podcast Amikomjogja,’” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 01 (2023): 21, <https://doi.org/10.35671/aguna.v4i1.2195>.

data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data atau pengecekan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program kerja humas dalam meningkatkan citra antara lain: 1) Optimalisasi pengelolaan website, 2) Pengembangan konten media sosial, 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa. Pelaksanaan program kerja humas antara lain: 1) Mengoptimalkan media website sebagai induk informasi UIN Walisongo, 2) Melakukan inovasi terhadap konten-konten yang akan dipublikasikan dengan menarik dan kreatif, 3) Membangun dan merawat jejaring dengan media massa. Evaluasi humas dalam perencanaan dan pelaksanaan program kerja antara lain: 1) Media website mengalami penurunan jika dilihat dari survey webomatriks, 2) Media sosial mengalami peningkatan followers jika dilihat dari jumlah pengikut tahun sebelumnya, 3) Humas mempunyai relasi yang baik dengan media massa.¹³

Kedelapan, penelitian yang dilakukan Yudik Al Farisi dan Muhammad Bakron Andre Setiawan (2023) berjudul, “*Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid.*” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan siber atau aktivitas online dalam memberikan pelayanan informasi publik termasuk juga dalam dunia pendidikan. Dimana dunia pendidikan saat ini dituntut untuk bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang

¹³ Al Maidah, “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Uin Walisongo Semarang” (UIN Walisongo Semarang, 2021), 9.

secara perlahan mengambil alih kehidupan. Dari yang awalnya serba manual menuju serba digital. Hal itu menuntut humas lembaga untuk proaktif mengikuti perkembangan yang ada agar tidak tertinggal dari lembaga lainnya. Sehingga humas lembaga perlu memikirkan strategi apa yang harus dilakukan dan relevan dalam meningkatkan branding image yang bagus untuk lembaganya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas *siber* Madrasah Aliyah Nurul Jadid dalam meningkatkan *Branding Image* lembaganya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis studi deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara. Hasil penelitian ini humas Madrasah Aliyah Nurul Jadid sudah melaksanakan aktivitas siber atau online untuk meningkatkan citra lembaganya pada publik, baik yang bersifat visual ataupun audio visual dengan memanfaatkan beberapa platform kekinian yang ada sebagai bentuk adaptasi dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Namun, dilain sisi Madrasah Aliyah Nurul Jadid juga tidak meninggalkan penggunaan metode kehumasan yang berbasis offline atau media cetak.¹⁴

Kesembilan, penelitian yang dilakukan Agustina Putri dan Nunuk Hariyati (2023) berjudul "*Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada Madrasah Aliya Negeri 2 di Rembang)*." Penelitian ini menggunakan

¹⁴ Yudik Al Farisi dan Muhammad Bakron Andre Setiawan, "Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid," *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 12 (2023): 10653, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3407>.

pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang melibatkan observasi, wawancara dengan tim Humas, dan analisis konten yang dipublikasikan di media sosial sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Public Relations MAN 2 Rembang terdiri dari beberapa langkah penting, yaitu pembentukan tim IT, melakukan publikasi, pemanfaatan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan informasi sekolah. Selain itu, penggunaan konten visual, seperti foto dan video kegiatan siswa, dan pengelolaan interaksi dengan pengikut media sosial terbukti efektif dalam membangun citra positif sekolah. Namun, terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi dan keaslian informasi yang disebar. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi Humas melalui peningkatan pelatihan tim pengelola media sosial dan penggunaan data analitik untuk menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens yang lebih spesifik.¹⁵

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan Indah Sulistiana Gunawan dan Encep Dulwahab (2024) berjudul “*Strategi Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga.*” Penelitian ini membahas strategi *public relations* yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga dengan menggunakan konsep Four Step PR oleh Cutlip, Center, dan Broom dengan tujuan mengetahui tahap identifikasi masalah, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan

¹⁵ Agustina Putri dan Nunuk Hariyati, “Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada Madrasah Aliya Negeri 2 di Rembang),” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 11, no. 5 (2023): 1150.

dan pengkomunikasian, dan evaluasi program. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan melalui teknik pengumpulan data observasi non partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini Humas Dispusipda Jabar menerapkan strategi pr untuk meningkatkan citra positif lembaga. 1) pendefinisian masalah yakni analisis media online, koordinasi dalam mengumpulkan informasi, layanan pengaduan masyarakat. 2) perencanaan dan pemrograman yakni penyesuaian konten, diskusi tim internal dan eksternal. 3) pelaksanaan dan pengkomunikasian yakni pembuatan konten, pengunggahan konten. 4) evaluasi program yakni monitoring media online, grafik pengunjung, evaluasi perbandingan.¹⁶

Berdasarkan hasil telaah terhadap sepuluh penelitian terdahulu yang relevan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kajian terkait strategi Humas dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan berfokus pada pemanfaatan media sosial secara umum, media cetak, hubungan media (media relations), serta aktivitas kehumasan konvensional dan digital. Beberapa penelitian juga telah membahas penggunaan platform digital, termasuk media sosial dan website, namun pemanfaatan media podcast secara khusus dalam konteks instansi pemerintahan, khususnya di bidang pendidikan seperti Kementerian Agama, belum banyak dikaji secara mendalam. Novelty atau kebaruan penelitian ini dapat dilihat dari:

¹⁶ Indah Sulistiana Gunawan dan Encep Dulwahab, "Strategi Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga," *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 8, no. 1 (2024): 1, <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.29805>.

1. Spesifikasi Media

Mayoritas penelitian sebelumnya hanya menyebutkan media digital secara umum (misalnya media sosial, website, media online), sedangkan penelitian ini secara spesifik mengangkat podcast sebagai media humas. Podcast sebagai alat komunikasi dua arah yang berbasis audio dinilai unik dan efektif, namun belum banyak dikaji secara akademis dalam ranah kehumasan lembaga pendidikan pemerintah.

2. Konteks Institusi Pemerintah

Penelitian-penelitian sebelumnya dominan dilakukan di lingkungan sekolah, universitas, atau pondok pesantren. Belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas strategi humas dalam lembaga pemerintahan, khususnya Kementerian Agama di tingkat kabupaten/kota, dalam meningkatkan citra pendidikan melalui media podcast.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini berguna untuk memberikan jawaban dan memberikan penjelasan terkait permasalahan yang akan diteliti. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1. Strategi Humas

a. Pengertian Strategi

Strategi sendiri bisa diartikan dengan konsep dan atau upaya untuk mengarahkan dan mengarahkan potensi dan sumber daya ke dalam rangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan yang sudah

ditetapkan. Sedangkan secara terminology banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya mempunyai arti atau makna yang sama yaitu pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.¹⁷

Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi suatu perusahaan.

b. Pengertian Humas

Humas, atau hubungan masyarakat (*public relations*), merupakan fungsi manajemen yang membantu dalam membangun dan memelihara komunikasi yang efektif, hubungan timbal balik, dan saling pengertian antara suatu organisasi dan publiknya.¹⁸

Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara organisasi

¹⁷ David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, ed. oleh Andi (Yogyakarta, 2003).

¹⁸ S. M. Cutlip, A. H. Center, dan G. M. Broom, *Effective Public Relations*, Pearson Ed (New Jersey, 2006), 2.

dengan masyarakat, dengan tujuan membentuk citra positif dan membangun kepercayaan publik.

Menurut *The British Institute of Public Relations*, humas adalah usaha yang direncanakan dan berkelanjutan untuk menetapkan dan memelihara niat baik dan pengertian timbal balik antara organisasi dan publiknya. Sementara itu, Menurut Frank Jefkins, humas adalah "sesuatu yang berkaitan dengan komunikasi yang sengaja dirancang dan terencana untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi dan publiknya.¹⁹

c. Strategi Humas

Strategi humas adalah rencana sistematis yang dibuat untuk menyampaikan pesan dan membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Strategi ini menjadi dasar dalam merancang program komunikasi yang bertujuan membentuk persepsi positif terhadap lembaga.

Frank Jefkins menekankan bahwa strategi humas harus disusun berdasarkan tujuan komunikasi yang jelas dan berfokus pada pembangunan opini publik yang positif.²⁰ Strategi ini juga mencakup pemilihan media, perumusan pesan, waktu penyampaian, serta metode komunikasi yang tepat.

¹⁹ Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2004), 9.

²⁰ Jefkins, *Public Relations*.

Cutlip, Center, dan Broom melalui model *Four Step Public Relations Process* menguraikan empat tahapan penting dalam penyusunan strategi humas, yaitu:

1. *Fact Finding (Research* atau Penelitian dan Diagnosa Masalah), tahapan pertama dalam strategi humas adalah melakukan penelitian yang komprehensif untuk memahami kondisi organisasi dan hubungan dengan publiknya. Penelitian ini meliputi pengumpulan data tentang persepsi publik, permasalahan yang dihadapi, dan kekuatan serta kelemahan komunikasi yang sudah dilakukan. Data ini menjadi dasar dalam perumusan strategi selanjutnya.
2. *Planning* (Perencanaan dan Pemrograman), setelah masalah atau peluang diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah merancang strategi komunikasi. Ini mencakup penentuan tujuan, penetapan pesan kunci, identifikasi audiens, pemilihan media atau saluran komunikasi, serta alokasi anggaran dan waktu.
3. *Implementation* (Pelaksanaan dan Pengkomunikasian), tahap ini merupakan pelaksanaan dari strategi yang telah dirancang. Proses ini melibatkan produksi konten komunikasi, distribusi pesan melalui media yang telah ditentukan, serta pengelolaan hubungan dengan media dan publik.

4. *Evaluation* (Evaluasi Program), tahapan terakhir adalah evaluasi terhadap efektivitas strategi dan kegiatan humas yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur pencapaian tujuan komunikasi, respon publik, serta umpan balik dari stakeholders.²¹

d. Strategi Humas Dalam Perspektif Teori Komunikasi

Dalam merancang strategi hubungan masyarakat (humas) yang efektif, pendekatan komunikasi menjadi unsur yang sangat penting. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi dari lembaga kepada publik, tetapi juga membangun hubungan yang baik, citra positif, serta kepercayaan antara lembaga dan masyarakat. Oleh karena itu, strategi humas perlu didukung oleh teori komunikasi yang sesuai agar proses penyampaian pesan berjalan efektif, dialogis, dan mampu memengaruhi persepsi publik secara positif.

Salah satu teori komunikasi yang relevan dan mendasari praktik humas adalah teori komunikasi dua arah simetris (*Two-Way Symmetrical Communication*) yang dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (1984). Teori ini menekankan pentingnya komunikasi yang berlangsung secara dua arah, di mana terdapat dialog, umpan balik, dan saling pengertian antara organisasi dan publik. Komunikasi tidak berjalan secara searah (*top-down*), tetapi terjadi secara timbal balik sehingga kedua belah pihak, baik

²¹ Cutlip, Center, dan Broom, *Effective Public Relations*.

organisasi maupun publik dapat saling memengaruhi dan menyesuaikan diri.²²

Model ini menjadi landasan dalam strategi humas yang berorientasi pada hubungan jangka panjang dan kepercayaan yang kuat dengan publik. Organisasi tidak hanya berusaha memengaruhi opini publik, tetapi juga mendengarkan, memahami, dan jika perlu, mengubah kebijakan berdasarkan respons masyarakat.²³ Dengan demikian, humas tidak bersifat manipulatif, melainkan komunikatif dan partisipatif.

Dalam konteks peningkatan citra pendidikan madrasah, teori ini sangat relevan untuk diterapkan melalui media komunikasi baru seperti *podcast*. *Podcast* memungkinkan madrasah (melalui unit humas Kementerian Agama) untuk menyampaikan informasi, menyuarakan prestasi, serta menjawab berbagai isu dan pertanyaan publik secara terbuka. Melalui dialog dalam bentuk wawancara, tanya jawab, atau sesi cerita (*storytelling*), *podcast* menciptakan ruang interaksi yang mendekatkan lembaga pendidikan kepada masyarakat.

Dalam era digital, media digital seperti *media sosial*, *website*, dan *podcast* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi humas. Kitchen

²² Elma Apriyani, Mudzirah N U R Amrullah, dan Harmin Hatta, "Komunikasi Two-Way Symmetric Dalam Menjalin Hubungan Public Relations Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa)," *Jurnal Washiah* 1, no. 3 (2020): 507.

²³ Apriyani, Amrullah, dan Hatta, "Komunikasi Two-Way Symmetric Dalam Menjalin Hubungan Public Relations Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa)."

dan Schultz menyatakan bahwa organisasi harus mampu mengintegrasikan media konvensional dan digital untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dengan cara yang relevan dan aktual.²⁴ Keberhasilan strategi humas sangat bergantung pada konsistensi pesan yang disampaikan melalui berbagai kanal komunikasi. Strategi humas yang terencana dan terstruktur akan membantu organisasi dalam membangun identitas serta mempertahankan citra yang positif di mata publik.

2. Citra Pendidikan

a) Pengertian Citra

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra memiliki pengertian yaitu suatu gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Sedangkan menurut Ruslan, Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan prestasi dan reputasi yang akan dicapai dalam konteks hubungan masyarakat.²⁵ Namun, dapat dirasakan melalui hasil penilaian, seperti penerimaan dan tanggapan baik atau buruk dari khalayak sasaran dan masyarakat umum.

Citra merupakan gambaran diri baik personal, organisasi maupun lembaga yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian atau ciri khas sehingga muncul persepsi baik tentang

²⁴ P. Kitchen dan D. E. Schultz, "Raising the Corporate Umbrella: Corporate Communication in the 21st Century," *Corporate Reputation Review* 3, no. 2 (2000): 149.

²⁵ Aulia Rahmah dan Triwoelandari, "Strategi Media Relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga."

bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas lembaga dalam membentuk citra adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Menurut Siswanto Sutojo yang dikutip dalam buku *Handbook of Public Relation* citra lembaga dianggap sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi.²⁶ Citra perlu dibangun secara jujur agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah baik dan benar, dalam arti ada konsistensi antara citra dengan realitas. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya citra adalah suatu cara pandang, kesan, atau persepsi orang lain terhadap lembaga atau organisasi itu sendiri.

b) Pengertian Pendidikan

Pendidikan adalah proses yang disengaja dan sistematis dalam rangka membentuk individu agar berkembang secara intelektual, emosional, sosial, dan spiritual. UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak

²⁶ Siswanto Sutojo, "Membangun Citra Perusahaan" (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004), 34.

mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.²⁷

c) Citra pendidikan

Citra Pendidikan adalah pandangan atau persepsi publik terhadap kualitas, reputasi, dan integritas suatu lembaga pendidikan yang terbentuk melalui interaksi, komunikasi, dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Menurut Suyanto, citra pendidikan terbentuk dari gabungan antara persepsi masyarakat terhadap proses akademik, manajemen kelembagaan, serta komunikasi yang dilakukan lembaga pendidikan dengan publiknya.²⁸ Dengan kata lain, citra pendidikan adalah hasil dari bagaimana masyarakat melihat dan menilai institusi pendidikan berdasarkan pengalaman, informasi, dan kinerja yang ditampilkan.

d) Jenis-Jenis Citra

M. Linggar Anggoro dalam tulisan Ichromsyah Arrochman menjelaskan beberapa jenis citra diantaranya yaitu:²⁹

1. Citra cermin, citra bayangan yang diyakini perusahaan bersangkutan, terutama pimpinannya, yang selalu merasa dalam posisi yang baik tanpa mempertimbangkan kesan dari pihak luar. Setelah studi tentang tanggapan, kesan, dan citra di

²⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang istem Pendidikan Nasional, Pasal 1 Ayat 1.

²⁸ Suyanto, *Manajemen Mutu Lembaga Pendidikan* (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2015), 68.

²⁹ Nova, "Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Membangun Citra Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri 1 Banyuwangi," *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2022.

masyarakat dilakukan, ternyata ada perbedaan antara apa yang diharapkan dan apa yang terjadi di lapangan. Ini mungkin saja menunjukkan "citra" yang buruk.

2. Citra yang berlaku (*current image*), kebalikan dari citra bayangan. Pandangan saat ini tentang suatu lembaga atau organisasi diberikan kepada pihak luar. Namun, seperti halnya citra bayangan, citra ini seringkali tidak sesuai dengan kenyataan karena berasal dari pengalaman atau pengetahuan orang lain. Citra ini biasanya cenderung negatif karena ditentukan oleh banyak tidaknya informasi yang dimiliki oleh orang-orang yang menganggapnya benar.
3. Citra keinginan, seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen untuk lembaga, perusahaan, atau produk yang ditampilkan menjadi lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan, dan diterima dengan kesan yang positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.
4. Citra perusahaan, ciri perusahaan atau lembaga bukan hanya tentang produk atau layanan karena itu merupakan gambaran dari organisasi secara keseluruhan. Banyak hal dapat membentuk citra ini, seperti hal-hal positif yang dapat meningkatkan reputasi organisasi, seperti sejarah atau reputasi organisasi yang baik dan keberhasilan dalam bidang apa pun.

5. Citra serbaneka, pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak humas akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, brand name, seragam (*uniform*) para front liner, sosok Gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya
6. Citra penampilan, citra yang lebih ditunjukkan kepada subyeknya. bagaimana kinerja atau penampilan profesional (*performance image*) pada perusahaan yang relevan. Misalnya, dalam berpenampilan dan memberikan berbagai jenis dan kualitas pelayanannya, menyambut telepon, tamu, pelanggan, dan publik harus menyenangkan dan meninggalkan kesan yang positif.

e) Komponen Pembentukan Citra

Dalam Pembentukan citra melibatkan sejumlah komponen yang bekerja bersama-sama untuk membentuk persepsi dan pandangan yang dimiliki oleh individu atau masyarakat tentang suatu lembaga, produk, atau merek. Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, terdapat empat komponen pembentukan citra:³⁰

1. Persepsi, bagaimana seseorang melihat dan memahami suatu lembaga atau entitas tertentu berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan keyakinan mereka termasuk dalam kategori

³⁰ Oetomo Yanus Ramadhan Putera Adi, Edy Sudaryanto, dan Ni Made Ida Pratiwi, "Kegiatan Public Relations Oleh Sales Manager Dalam Pembentukan Citra Di Hotel Ibis Budget Surabaya," *Representamen* 1, no. 2 (2015): 4.

persepsi, yang merujuk pada cara seseorang mengorganisir dan menginterpretasikan informasi yang diterima dari lingkungannya.

2. Kognisi, istilah yang mengacu pada pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang suatu organisasi atau entitas tertentu. Kognisi muncul dari proses pengumpulan, penyimpanan, dan pengolahan informasi yang terkait dengan organisasi tersebut, termasuk pengalaman langsung dan tidak langsung.
3. Motivasi, mencakup dorongan atau kebutuhan seseorang yang memengaruhi cara mereka menangani dan menanggapi informasi tentang organisasi. Faktor-faktor seperti nilai-nilai personal, kepentingan, dan tujuan dapat memengaruhi motivasi yang berbeda dari orang ke orang.
4. Sikap, cara pandang seseorang terhadap organisasi atau entitas tertentu didefinisikan sebagai persepsi mereka. Sikap seseorang terhadap institusi dapat memengaruhi perilaku dan interaksi mereka dengannya. Sikap ini dapat mencerminkan perasaan mereka terhadap institusi tersebut, apakah itu positif, negatif, atau netral.

f) Fungsi Citra Lembaga

Citra lembaga yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi penilaian publik dalam ambil tindakan. Dalam

lembaga, citra mempengaruhi masyarakat dalam memilih lembaga yang baik. Menurut Gronroos, terdapat empat peran citra bagi suatu lembaga, sebagai berikut:³¹

1. Citra menceritakan harapan, menunjukkan bahwa citra lembaga tersebut menciptakan narasi atau cerita yang memberi petunjuk kepada pelanggan tentang apa yang mereka harapkan ketika mereka menggunakan layanan atau produk lembaga itu. citra yang positif lebih memudahkan memudahkan lembaga untuk berkomunikasi dengan baik, tetapi citra yang negative sebaliknya.
2. Penyaring yang memengaruhi persepsi pada Lembaga, merujuk pada faktor-faktor yang mempengaruhi cara pelanggan mempersepsikan dan mengevaluasi layanan atau produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut.
3. Fungsi dari pengalaman dan juga harapan masyarakat, kualitas layanan diukur sebagai perbandingan antara pengalaman pelanggan dan harapan masyarakat. Jika pengalaman pelanggan melebihi harapan masyarakat, maka kualitas layanan dianggap baik. Sebaliknya, jika pengalaman pelanggan kurang dari harapan masyarakat, maka kualitas layanan dianggap buruk

³¹ Maidah, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Uin Walisongo Semarang."

4. Pengaruh penting bagi lembaga karena dengan mempunyai citra yang baik dan buruk berpengaruh bagi kinerja karyawan

Citra positif pendidikan berdampak langsung terhadap meningkatnya kepercayaan, dukungan masyarakat, dan daya tarik lembaga pendidikan di mata publik.³² Oleh karena itu, humas memegang peranan penting dalam merancang strategi komunikasi yang mampu memperkuat citra lembaga, baik secara internal maupun eksternal.

3. Media Podcast

Podcast adalah media audio digital yang dapat diakses kapan saja oleh publik melalui internet. Dalam konteks kehumasan, podcast dimanfaatkan sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan, membangun *brand image*, dan menjalin kedekatan dengan *audiens*. Menurut Newman (2021), *podcast* dapat menjadi *platform* komunikasi dua arah yang menyampaikan narasi lembaga secara personal dan mendalam.³³

Podcast memiliki keunggulan karena bersifat fleksibel, mudah diakses, dan memungkinkan lembaga menjangkau publik dengan konten edukatif, informatif, dan persuasif.³⁴ Oleh karena itu,

³² Anne Gregory, *Planning and Managing Public Relations Campaigns* (London: Kogan Page, 2000), 27.

³³ Newman NIc, *The Future of Podcasting* (Reuters Institute, 2021).

³⁴ Rita Gunawan, *Media Digital dalam Komunikasi Publik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), 45.

penggunaan *podcast* sebagai alat komunikasi oleh humas dinilai relevan dalam era digital.

Supaya *podcast* benar-benar efektif dalam membentuk citra lembaga pendidikan, maka isi atau konten yang disampaikan harus dirancang secara strategis. Konten menjadi inti dari komunikasi, karena melalui konten inilah pesan utama, nilai, dan identitas lembaga dapat disampaikan secara tepat sasaran. Menurut Denis McQuail (2010), konten media harus disusun secara komunikatif, terstruktur, dan sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju.³⁵ Konten yang baik mampu mengedukasi, menginformasikan, sekaligus menghibur audiens, sehingga tercipta hubungan emosional dan intelektual antara penyampai pesan dan penerimanya.

Teori *Uses and Gratifications* oleh Blumler dan Katz (1974) juga menegaskan bahwa audiens secara aktif memilih media dan konten berdasarkan kebutuhan mereka, baik untuk memperoleh informasi, identitas diri, integrasi sosial, maupun hiburan. Selain itu, pendekatan *Content Marketing* dari Joe Pulizzi (2012) menekankan bahwa konten yang disajikan harus konsisten, relevan, dan bernilai.³⁶ Dalam praktiknya, humas dapat mengemas konten *podcast* dalam bentuk cerita prestasi siswa, wawancara tokoh pendidikan, penjelasan program unggulan, hingga klarifikasi isu

³⁵ Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (London: Sage Publications, 2010).

³⁶ Joe Pulizzi, *Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand* (CMI Books, 2012).

publik. Jika konten dirancang dengan memperhatikan kebutuhan dan psikologi audiens, maka podcast tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga media strategis dalam membentuk persepsi positif terhadap lembaga pendidikan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami persepsi, pemikiran, dan pengalaman manusia dari sudut pandang subjek yang diteliti.³⁷ Pendekatan ini sering digunakan di bidang studi yang menekankan pada konteks dan proses sosial. Penggunaan pendekatan deskriptif adalah data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar angka atau frekuensi.³⁸

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di kementerian agama Kulon Progo yang berlokasi di jalan Bhayangkara, Wates, Serut, Kec. Pengasih, Kab.Kulon Progo, Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan kisaran pada bulan Agustus-September 2025.

³⁷ Andri Winarto, Eka Mahmud, dan Akhmad Muadin, "Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga: Studi Multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur," *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan* 6, no. 1 (2023): 159–69, <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i1.3355>.

³⁸ Sri Siskawati, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo," 2021, 123.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan peneliti untuk mencari data dalam penelitian “Strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast” adalah bagian humas sebagai key informan, Seksi DIKMAD Kementerian Agama Kulon Progo - DIY. Pencarian data menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan subjek penelitian berdasarkan pertimbangan khusus. Melalui teknik ini, informan dipilih karena memenuhi kriteria tertentu dan dinilai mampu memberikan pemahaman, informasi, serta penjelasan yang relevan dengan fokus masalah yang diteliti.³⁹

Dalam menentukan informan, peneliti juga berpedoman pada prinsip 3M, yaitu mengetahui, memahami, dan mengalami langsung fenomena yang diteliti. Prinsip ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap informan memiliki kapasitas dan pengalaman empiris yang relevan dengan fokus penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih dua informan utama, yaitu Bapak Dian Purnamajati selaku Pranata Humas Kementerian Agama Kulon Progo, yang memiliki pemahaman mendalam mengenai program dan strategi komunikasi

³⁹ “Sukabumi, S.P. 2022. ‘Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review’, Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), 1(2), pp. 85–114.,” n.d.

publik melalui podcast, serta Bapak Ari Wandaya, selaku Pengadministrasi Pendidikan pada Seksi DIKMAD, yang memiliki pengetahuan teknis terkait data dan kebijakan pendidikan madrasah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang dilakukan teknik pengumpulan data tersebut adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

a) Observasi

Metode observasi (pengamatan) adalah teknik mengumpulkan data, dimana peneliti harus terjun langsung ke lapangan guna mengamati sesuatu yang berkaitan dengan sesuatu yang akan diteliti baik ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, dan lain sebagainya. Metode observasi ini salah satu cara yang tentunya sangat baik untuk mengamati dan mengawasi perilaku subjek penelitian seperti kegiatan atau aktivitas yang sedang berlangsung, waktu dan keadaan tertentu.⁴⁰ Observasi dilakukan dengan teknik *participant observations*, yaitu peneliti melibatkan diri dan berintraksi pada kegiatan subjek penelitian Kemenag Kulon Progo, setelah itu peneliti mengumpulkan data secara sistematis dalam bentuk catatan lapangan. Dengan demikian, peneliti

⁴⁰ Muhammad Djunaedi Ghony dan Almanshur Fauzan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017).

bener-bener memahami kehidupan obyek penelitian.⁴¹ Adapun hal-hal yang diamati dalam penelitian ini secara umumnya kegiatan yang berkaitan dengan kehumasan, serta kegiatan yang terkait dengan fokus penelitian.

b) Wawancara

Menurut Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Jenis wawancara yang digunakan adalah *interview* bebas terpimpin. Dimana peneliti melakukan wawancara pertama kepada key informan yakni bagian humas di Kemenag Kulon Progo untuk menggali informasi pokok pembahasan yang ingin diteliti yaitu tentang membangun citra lembaga. Kemudian wawancara kepada narasumber selanjutnya yaitu seksi DIKMAD Kemenag Kulon Progo – DIY untuk melengkapi data yang kurang, setelah wawancara selesai peneliti langsung melakukan koding data, guna untuk memudahkan dan menemukan temuan data.

c) Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

⁴¹ Maidah, “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Uin Walisongo Semarang.”

Dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data seperti profil Kemenag Kulon Progo , struktur kepengurusan humas, dokumen humas, rencana program kerja humas, dan foto-foto kegiatan. Selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisis dan digunakan untuk mendeskripsikan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat bagian penelitian berupa analisis data dan terdapat beberapa teknik analisis data salah satunya Miles Huberman. Dalam analisis data menurut Miles Hibermen yang dikutip oleh Sugiyono terdapat 3 tahap yaitu *kodifikasi* atau reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.⁴² Adapun alur kegiatan yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, fokus pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi Kemudian setelah data terkumpul peneliti melakukan reduksi data dengan memilah dan memilih data-data yang kemudian berguna untuk peneliti atau data-data yang kemudian bisa peneliti gunakan dalam konteks penelitian.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016).

Setelah data tereduksi ataupun berkurang sesuai dengan kebutuhan peneliti, maka data tersebut dapat disajikan menjadi sebuah teks naratif pengkajian data diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang telah direduksi dan menganalisis data-data seperti catatan lapangan, grafik, bagan dan sebagainya agar mudah untuk dipahami.

c) *Verification*

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari data yang telah disajikan kemudian peneliti menarik kesimpulan. Setelah peneliti mendapatkan kesimpulan dari hasil selama penelitian, kemudian kesimpulan tersebut dapat dibuktikan ataupun memvalidasi selama penelitian berlangsung. Penarikan kesimpulan dapat berupa pencarian persamaan, hubungan, tema dan sesuatu yang lain yang sering muncul selama proses penelitian.

6. Teknik keabsahan Data

Terkait dengan keabsahan data, *Triangulasi* dalam pengujian kredibilitas atau uji keabsahan data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Menurut Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dalam penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

a) *Triangulasi Sumber*

Triangulasi Sumber adalah triangulasi yang mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, karena akan menemukan data yang lebih akurat apabila digali dari sumber yang berbeda.

Sebagai contoh, ketika peneliti menanyakan tentang perencanaan strategi Humas dalam pemanfaatan podcast, Pak Dian menjelaskan bahwa perencanaan mencakup penentuan tema yang disesuaikan dengan isu aktual dan kebutuhan publik yang telah dipetakan sebelumnya. Tema kemudian dikembangkan menjadi topik diskusi yang relevan dengan dunia pendidikan madrasah, disertai pemilihan narasumber dari kalangan guru, akademisi, maupun pejabat Kemenag agar konten yang disajikan kredibel dan menarik bagi masyarakat. Senada dengan hal tersebut, Pak Ari Wardoyo menambahkan bahwa Podcast Rabuan dirancang sebagai sarana untuk memperkuat citra madrasah melalui penyajian informasi tentang profil, prestasi, dan kegiatan madrasah. Beliau juga menekankan pentingnya menghadirkan narasumber yang terlibat langsung di lapangan agar informasi yang disampaikan terasa nyata dan mudah dipahami publik.

Contoh triangulasi sumber di atas menunjukkan bagaimana data dari dua informan, yaitu Pak Dian dan Pak Ari Wardoyo, saling melengkapi dan menguatkan temuan bahwa perencanaan strategi

Humas dalam pemanfaatan podcast diawali dengan proses musyawarah untuk mengkaji kebutuhan komunikasi, relevansi tema, serta peluang penguatan citra madrasah melalui media digital.

b) *Triangulasi Teknik*

Triangulasi teknik adalah peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. contoh nya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner guna untuk mendapatkan data yang benar dan akurat.

Dalam penelitian ini, untuk memverifikasi proses perencanaan strategi Humas dalam pemanfaatan podcast, peneliti melakukan wawancara dengan Pak Dian yang menjelaskan bahwa penentuan tema dilakukan secara tematik sesuai isu aktual dan kebutuhan publik. Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama Pak Ari Wardoyo yang menegaskan bahwa tahap perencanaan juga mencakup pemilihan narasumber yang relevan agar konten lebih kredibel dan menarik. Temuan ini didukung dengan bukti dokumentasi berupa foto kegiatan tim Humas yang sedang melakukan rapat perencanaan podcast, menunjukkan adanya proses koordinasi dan musyawarah dalam menentukan tema serta arah produksi konten.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah gambaran dan penggolongan dari setiap sub bab agar mudah untuk dipahami. Adapun penggolongan kerangka penelitian dari setiap sub babnya seperti berikut:

Bab I merupakan pendahuluan, dalam bab ini merupakan bagian pembahasan dalam penelitian skripsi secara umum. Bab ini memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, landasan teori yang akan diteliti oleh peneliti secara rinci. Kemudian bab ini juga memuat beberapa penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan signifikansi penulisan, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II merupakan gambaran umum dan obyek penelitian yang meliputi tentang Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta. Bab ini memuat profil Kementerian Agama Kulon Progo, visi misi, letak geografis, dan lain sebagainya.

Bab III merupakan hasil penelitian dalam bab ini memuat Strategi Humas kementerian agama kulon progo yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast di Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta, bentuk konten *podcast* yang digunakan untuk mendukung peningkatan citra pendidikan di Kementerian Agama Kulon Progo dan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas melalui *media podcast*.

BAB IV merupakan penutup dalam bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran dari peneliti hingga kata pentup.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast dirancang sebagai langkah komunikatif yang adaptif terhadap perkembangan era digital sekaligus menjadi instrumen branding lembaga pendidikan Islam. Strategi ini dijalankan melalui empat tahapan utama, yaitu fact finding, planning, implementation, dan evaluation, yang saling berkaitan dan membentuk satu rangkaian proses komunikasi terpadu. Pada tahap fact finding, Humas melakukan pemetaan kebutuhan publik melalui survei kepuasan masyarakat, monitoring media sosial, hingga voting publik agar konten podcast relevan dengan isu aktual dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Tahap planning kemudian difokuskan pada perumusan tujuan, penentuan tema yang tematik, serta pemilihan narasumber yang kredibel sehingga podcast dapat berfungsi sebagai sarana edukasi sekaligus penguatan citra positif madrasah. Selanjutnya, tahap implementation diwujudkan dalam produksi konten podcast yang profesional, kreatif, serta didistribusikan secara multi-platform melalui

YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, hingga website resmi agar menjangkau audiens lebih luas. Adapun tahap evaluation dilakukan dengan menggabungkan indikator kuantitatif, seperti jumlah penonton, interaksi, dan apresiasi, serta indikator kualitatif berupa masukan publik dan pengakuan pimpinan, sehingga evaluasi ini menjadi dasar bagi perbaikan dan inovasi konten selanjutnya. Secara keseluruhan, strategi humas berbasis podcast terbukti efektif dalam memperkuat kepercayaan masyarakat, meningkatkan partisipasi publik, serta membangun citra positif MTs sebagai lembaga pendidikan Islam yang modern, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

2. Capaian penerapan strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo melalui podcast terlihat dari penguatan enam bentuk citra madrasah, mulai dari citra performa melalui konsistensi produksi, citra kompetitif lewat penonjolan prestasi, citra sosial dari berbagai kegiatan keagamaan dan ekstrakurikuler, citra internal melalui kolaborasi guru–siswa–humas, citra visual melalui tampilan studio yang rapi, hingga citra publik yang membaik melalui respons audiens yang semakin positif. Setelah citra-citra tersebut terbentuk, dampaknya turut tercermin pada perkembangan peserta didik: meskipun total siswa MTs di Kulon Progo menurun dari 3.299 pada 2023/2024 menjadi 3.143 pada 2025/2026, sejumlah madrasah justru mengalami peningkatan pendaftar—seperti MTsN 1, MTsN 6, MTs Muhammadiyah Wates, dan MTs Al Hasani Kalibawang yang tumbuh stabil dua tahun terakhir—yang menunjukkan

bahwa podcast telah memperluas jangkauan promosi dan memperkuat kepercayaan publik terhadap madrasah.

3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo melalui media podcast menjadi penentu utama keberhasilan program dalam meningkatkan citra pendidikan MTs. Faktor pendukung meliputi ketersediaan SDM kreatif dengan proses regenerasi yang berkelanjutan, fasilitas studio serta peralatan yang memadai, topik pembahasan yang aktual dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, respon positif dari audiens, serta konsistensi penyajian program rutin. Sementara itu, faktor penghambat yang dihadapi antara lain keterbatasan tenaga khusus, peralatan yang membutuhkan perawatan berkala, gangguan teknis berupa pemadaman listrik dan kendala jaringan, serta akses internet masyarakat yang belum merata. Dengan demikian, strategi adaptif, kreatif, dan responsif perlu terus dilakukan agar podcast tetap berjalan optimal, mampu menjangkau audiens yang lebih luas, serta memperkuat citra Kementerian Agama Kulon Progo sebagai lembaga yang profesional, inovatif, dan dekat dengan publik.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam meningkatkan citra pendidikan MTs melalui media podcast, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti ajukan

sebagai rekomendasi pengembangan program komunikasi publik dan penyempurnaan penelitian berikutnya.

1. Bagi Humas Kementerian Agama Kulon Progo

- a) Humas Kementerian Agama Kulon Progo diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas teknis produksi podcast, baik dari aspek audio, visual, maupun stabilitas jaringan. Upaya ini penting dilakukan mengingat masih terdapat kendala teknis seperti peralatan yang mulai mengalami penurunan kualitas serta gangguan listrik maupun jaringan. Dengan perbaikan pada aspek teknis, podcast akan dapat disajikan dengan lebih optimal dan profesional, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima masyarakat secara lebih efektif.
- b) Regenerasi sumber daya manusia (SDM) perlu menjadi perhatian agar keberlangsungan produksi podcast tidak bergantung pada individu tertentu. Melalui pelatihan dan pelibatan personel baru secara bertahap, baik dari pranata komputer maupun staf lainnya, Humas dapat membentuk tim yang lebih solid dan berkelanjutan. Langkah ini juga akan membuka peluang untuk meningkatkan kreativitas serta kualitas produksi podcast di masa mendatang.
- c) Strategi publikasi podcast perlu dioptimalkan melalui pemanfaatan berbagai platform digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, maupun media sosial lainnya. Pemanfaatan lintas platform diharapkan dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas,

termasuk mereka yang mengalami keterbatasan akses internet, karena konten dapat diakses ulang dalam berbagai format sesuai kebutuhan audiens. Dengan demikian, podcast dapat semakin inklusif dan mudah dijangkau masyarakat.

- d) Evaluasi terhadap capaian podcast sebaiknya dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program yang telah dijalankan. Evaluasi ini dapat meliputi aspek kualitas konten, tingkat interaksi audiens, masukan dari masyarakat, serta kontribusinya terhadap peningkatan citra madrasah. Melalui evaluasi yang teratur, Humas dapat mengidentifikasi keunggulan yang patut dipertahankan sekaligus menemukan area yang perlu ditingkatkan demi keberlanjutan dan pengembangan program di masa mendatang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada analisis deskriptif mengenai strategi Humas melalui media podcast dalam meningkatkan citra pendidikan MTs di Kulon Progo, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengukur efektivitas podcast secara lebih kuantitatif, misalnya dengan meninjau pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah pendaftar, tingkat keterlibatan audiens, maupun perubahan persepsi publik. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat menggali persepsi dari berbagai pihak, seperti siswa, wali santri, guru, dan masyarakat luas, untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai dampak podcast sebagai media komunikasi publik. Kajian perbandingan lintas daerah juga patut

dipertimbangkan, dengan meneliti praktik strategi Humas melalui media digital di wilayah lain, sehingga dapat ditemukan pola dan praktik terbaik yang relevan untuk diadopsi. Lebih lanjut, penelitian berikutnya dapat difokuskan pada analisis keberlanjutan dan inovasi konten, khususnya terkait regenerasi SDM, kreativitas penyajian, serta pemanfaatan teknologi baru yang berpotensi memengaruhi kualitas podcast di masa mendatang.

C. KATA PENUTUP

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir studi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Strategi Humas Kementerian Agama Kulon Progo Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Pendidikan MTs melalui Media Podcast”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari sisi substansi maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan yang ada serta sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan karya ilmiah di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis sendiri, tetapi juga bagi pembaca, praktisi humas, maupun peneliti selanjutnya yang tertarik mengembangkan kajian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Oetomo Yanus Ramadhan Putera, Edy Sudaryanto, dan Ni Made Ida Pratiwi. "Kegiatan Public Relations Oleh Sales Manager Dalam Pembentukan Citra Di Hotel Ibis Budget Surabaya." *Representamen* 1, no. 2 (2015): 1–7.
- Apriyani, Elma, Mudzirah N U R Amrullah, dan Harmin Hatta. "Komunikasi Two-Way Symmetric Dalam Menjalinkan Hubungan Public Relations Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa)." *Jurnal Washiah* 1, no. 3 (2020): 501–16.
- Aulia Rahmah, Zahara, dan Retno Triwoelandari. "Strategi Media Relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 4 (2022): 2828–6863.
- "Catatan Observasi di Kemenag Kulon Progo 21 Agustus 2025," n.d.
- "Catatan Observasi di kemenag Kulon progo 29 agustus 2025." kulon progo, 2025.
- Cutlip, S. M., A. H. Center, dan G. M. Broom. *Effective Public Relations*. Pearson Ed. New Jersey, 2006.
- Derivanti, Azizah. "The Role of Government Digital Public Relations in Providing Innovative Information to the Public." *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 3, no. 2 (2022): 165–70. <https://doi.org/10.37535/103003220227>.
- "Dokumen Arsip seksi DIKMAD Kemenag kulon progo," n.d.
- "Dokumentasi Penelitian di Kemenag Kulon progo 21 agustus 2025," 2025.
- Elyus, Dinda Septian, dan Muhamad Soleh. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 9, no. 2 (2021): 281–89.
- Fahim, Muhammad. "Strategi Humas untuk Membangun Citra Pondok Pesantren." *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan* 4, no. 2 (2025): 265–71. <https://doi.org/10.56916/ejip.v4i2.1110> Strategi.
- Farisi, Yudik Al, dan Muhammad Bakron Andre Setiawan. "Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid." *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 12 (2023): 10653–63. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3407>.
- Ghony, Muhammad Djunaidi, dan Almanshur Fauzan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Gregory, Anne. *Planning and Managing Public Relations Campaigns*. London: Kogan Page, 2000.
- Gunawan, Indah Sulistiana, dan Encep Dulwahab. "Strategi Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga." *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 8, no. 1 (2024): 1–22. <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.29805>.
- Gunawan, Rita. *Media Digital dalam Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022.
- Hartati, Sri, dan Khoirul Anwar. "Peran Humas Sebagai Fungsi Dokumentasi Dan Publikasi Berita Di Min 3 Gunungkidul." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam* 5, no. 1 (2023): 91–107.

- <https://doi.org/10.30739/jmpid.v5i1.2092>.
- Hunger, David, dan Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategi*. Diedit oleh Andi. Yogyakarta, 2003.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Kitchen, P., dan D. E. Schultz. "Raising the Corporate Umbrella: Corporate Communication in the 21st Century." *Corporate Reputation Review* 3, no. 2 (2000): 146–58.
- Mahyani, Aang, Sofia Ratna Awaliyah Fitri, Qiqi Yuliati Zaqiah, dan Tedi Priatna. "Inovasi Teknologi Pendidikan Melalui Podcast Sebagai Suplemen Pembelajaran di Sekolah Aang Mahyani." *Tsamratul Fikr* 16, no. 2 (2022): 117–26. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36667/tf.v16i2.1145>.
- Maidah, Al. "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Uin Walisongo Semarang." UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Mardi, Melia, Desmimi Eka Putri, Universitas Bung, dan Pembelajaran Bahasa Indonesia. "Efektivitas Podcast Edukatif sebagai Media Inovasi Pembelajaran Bahasa Indonesia di Era Digital" 5 (2025): 481–93. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v5i02.6>.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications, 2010.
- Mukhtar, Risnita, dan Mahmud MY. "the Effect of Marketing Strategy, Community Perception, and Community Satisfaction on the Making Decision To Choose Private Madrasah Tsanawiyah in Jambi Province." *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH* 6, no. 11 (2018): 59–76. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v6.i11.2018.1089>.
- Nic, Newman. *The Future of Podcasting*. Reuters Institute, 2021.
- Nova. "Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Membangun Citra Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri 1 Banyuwangi." *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2022.
- "NU Online. (n.d.).mengambil softfile AL Qur'an dan terjememahan Q.S. An-Nahl: 125." Diakses 23 September 2025. <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>.
- Permata, Elizabet Diah, dan Erik Hadi Saputra. "Aktivitas Public Relations Universitas Amikom Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Digital 'Podcast Amikomjogja.'" *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 01 (2023): 21–31. <https://doi.org/10.35671/aguna.v4i1.2195>.
- Prabandari, Diah Ayu, Ahmad Supriyanto, Ahmad Yusuf Sobri, dan Rahmat Fadhli. "Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah." *Jurnal Manajemen Pendidikan: Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan* 3, no. 2 (2021): 179–91. <https://doi.org/10.21831/jump.v3i2.45799>.
- "Practices , purposes and challenges in integrating gamification using technology : A mixed-methods study on university academics," 2024, 11723. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11723-7>.
- Pulizzi, Joe. *Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand*. CMI Books, 2012.
- Putri, Agustina; Hariyati, Nunuk. "Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada

- Madrasah Aliyah Negeri 2 Di Rembang).” *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 11 (2023): 1150–62. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/67108>.
- Putri, Agustina, dan Nunuk Hariyati. “Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada Madrasah Aliya Negeri 2 di Rembang).” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 11, no. 5 (2023): 1150–62.
- Regita Aura Maharani1, Abung Supama Wijaya. “Pemanfaatan Podcast Oleh Diskominfo Kota Bogor Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Pemerintah.” *Journal of Innovative and Creativity* 5, no. 2 (2025): 3783–92.
- Ririn Budi Utaminingtyas, Rara, Nur Rini, Fatchun Hasyim Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang Jalan, dan SH Tembalang Semarang. “Effect of Communication Effectiveness and Implementation Cyber Public Relations on Image Formation Politenik Negeri Semarang.” *Admisi dan Bisnis* 24, no. 1 (2023): 9–22. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/admisi/article/view/4347>.
- Sari, Riska Purnama, dan Universitas Nurul Jadid. “Strategi Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Tunas Luhur.” *Jurnal Educatio* 11, no. 1 (2025): 143–49. <https://doi.org/10.31949/educatio.v11i1.12732> ISSN.
- Sekar, Citranata Dewi. “ANALISIS EFEKTIVITAS PODCAST SEBAGAI MEDIA PENINGKATAN MOTIVASI DAN PRESTASI SISWA SMPN 45 SURABAYA Citranata.” *Cendekia Pendidikan* 15, no. 4 (2025): 50–54. <https://doi.org/10.9644/sindoro.v3i9.267>.
- Shanti Kurniasari, Desy Safitri, dan Sujarwo Sujarwo. “Pengaruh Podcast Sebagai Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Siswa.” *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan* 3, no. 1 (2024): 146–54. <https://doi.org/10.55606/jurripen.v3i1.2763>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- Suhara, Djenal, Zaenal Mukarom, Mulkan Karim, Adi Ahmad Rosadi, Imam Zainuri, Sekolah Tinggi Agama Islam Sabili Bandung, dan Uin Sunan Gunung Djati Bandung. “Pemanfaatan Podcast Sebagai Media Alternatif Dalam Penyampaian Materi Pendidikan Islam.” *Jurnal-Lp2M.Umnaw.Ac.Id* 8, no. 2 (2023): 224–30. <https://www.jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/3444>.
- “Sukabumi,S.P. 2022. ‘Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review’, Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), 1(2), pp. 85–114.,” n.d.
- Sutojo, Siswanto. “Membangun Citra Perusahaan.” Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004.
- Suyanto. *Manajemen Mutu Lembaga Pendidikan*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2015.
- Suyitno, Suyitno. “Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Basicedu* 5, no. 5

- (2021): 4138–45. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1480>.
- Tamam, Badrut. “Strategi Humas dalam Internalisasi Lima Nilai Budaya Kerja Kementerian Agama di PTKI Kalimantan Timur.” *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management* 2, no. 2 (2021): 87–104. <https://doi.org/10.35719/jieman.v2i2.31>.
- Tawaqal, Rizki Surya, Ahmad Taufiq Maulana Ramdan, dan Amy Elva Silviany. “Analisis Strategi Komunikasi Humas Jabar Dalam Penyampaian Informasi Di Era Digital.” *J-Ika* 11, no. 2 (2024): 67–77. <https://doi.org/10.31294/kom.v11i2.23322>.
- Umayasari, Ulfa, dan Goestyari Kurnia Amantha. “Partisipasi Warga Melalui Media Digital dan Implikasinya terhadap Akuntabilitas serta Perumusan Kebijakan Pemerintah Daerah di Lampung.” *Governance, and Political Issues* 1, no. 2 (2025): 109–24. <https://journal.pubmedia.id/index.php/jagpi/index>.
- “Wawancara dengan Bapak Ari Wandaya selaku seksi DIKMAD Kemenag Kulon Progo pada 29 Agustus 2025.” kulon Progo: 29 Agustus, 2025.
- “Wawancara dengan Bapak Dian Purnamajati selaku Pranata Humas Kemenag Kulon Progo pada 21 Agustus 2025.” kulon Progo, 2025.
- Yuliana. “Podcast Sebagai Media Komunikasi Baru.” *Jurnal Komunikasi* 12, no. 2 (2020): 123–34.
- Zarkasyi. *Madrasah dan Tantangan Modernitas*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

