

Strategi Humas untuk Membangun Citra Pondok Pesantren

Muhammad Fahim, Abdurrahman*

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

*Corresponding Author: rahman.gibol90@email.com

Article History:

Received 2025-01-16

Accepted 2025-04-28

Keywords:

Public Relations Management

Positive Image

Islamic Boarding School

ABSTRACT

Islamic boarding schools have an important role in Islamic education and character building in society. However, in facing the digital era and the challenges of globalization, Islamic boarding schools need to implement effective public relations (PR) management strategies in order to build and maintain their positive image. This study aims to analyze the public relations management strategy at Al-Mashduqiah Islamic Boarding School in increasing trust and relations with the community. Using a qualitative descriptive approach, this study collected data through in-depth interviews, observations, and documentation from various related parties, such as Islamic boarding school leaders, administrators, alumni, students, and the surrounding community. The results of the study indicate that the public relations strategies implemented include transparent communication, utilization of social media, and active involvement in social community activities. The Kiai leadership factor also plays a significant role in directing public relations strategies to remain in line with Islamic boarding school values. The obstacles faced include limited human resources and challenges in adapting to digital technology. Therefore, strengthening public relations capacity and collaboration with various parties are strategic steps in improving the image of Islamic boarding schools in society.

Kata Kunci:

Strategi Humas

Citra Positif

Pondok Pesantren

ABSTRAK

Pondok pesantren mempunyai peran penting dalam pendidikan Islam dan pembentukan karakter di masyarakat. Namun, untuk menghadapi era digital dan tantangan globalisasi, pesantren perlu menerapkan strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) yang efektif guna membangun dan menjaga citra positifnya. 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.

1. PENDAHULUAN

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang telah berakar kuat dalam tradisi masyarakat Indonesia, tidak hanya berfokus pada pembelajaran agama tetapi juga menjadi wadah pengembangan karakter dan moral generasi muda (Heryana, 2020). Dengan keberadaannya yang sudah

teruji selama berabad-abad, pesantren memainkan peran yang sangat penting untuk mencetak individu yang tidak hanya cerdas dalam ilmu pengetahuan, tetapi juga mempunyai kedalaman spiritual dan etika yang tinggi (Sukino et al., 2023). Untuk menghadapi tantangan zaman yang semakin maju, pesantren dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan sosial dan teknologi agar tetap relevan dan menjadi pilihan utama dalam setiap jenjang pendidikan. Salah satu aspek yang kini semakin penting bagi pesantren adalah manajemen hubungan masyarakat (humas), yang berfungsi untuk membangun dan menjaga citra positif pesantren di mata publik.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi pondok pesantren di era modern ini adalah bagaimana menyampaikan informasi yang jelas dan akurat mengenai peran serta kontribusi mereka terhadap masyarakat (Chotimah et al., 2023). Dalam konteks ini, manajemen humas yang baik dan efektif memegang peranan yang sangat penting untuk memastikan pesan-pesan positif yang dimiliki pesantren dapat sampai dengan tepat kepada masyarakat luas (Faridah, 2020). Sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya fokus pada pembelajaran ilmu-ilmu agama saja, namun pesantren juga menyelenggarakan peran dalam pembentukan karakter, pengajaran nilai-nilai sosial, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang seringkali kurang terlihat oleh masyarakat.

Sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya fokus pada pembelajaran ilmu agama, pondok pesantren mempunyai peran yang sangat luas, mencakup pembentukan karakter, pengajaran nilai-nilai sosial, pemberdayaan ekonomi, hingga penguatan keharmonisan sosial dalam masyarakat (Efendi, 2022). Namun demikian, kontribusi besar ini sering kali kurang terekspos atau bahkan disalahpahami oleh sebagian masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang sistematis dan terarah untuk meningkatkan citra pesantren sebagai institusi yang berperan aktif dalam pembangunan bangsa, baik melalui organisasi pendidikan yang berkualitas, pengembangan sumber daya manusia, maupun penggerak kegiatan ekonomi berbasis komunitas. Dengan strategi yang tepat, pesantren dapat lebih mampu memperkuat kehadirannya sebagai pelopor perubahan yang membangun masyarakat tengah-tengah modern.

Selain itu, kepemimpinan yang tegas di pesantren juga mempunyai peran krusial dalam pengembangan strategi manajemen humas (Rokim & Hikmah, 2021). Sebagai pemimpin, Kiai mempunyai tanggung jawab besar untuk merumuskan visi dan misi yang jelas, serta membimbing seluruh kegiatan agar selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan (Fuadi & Arisandi, 2022). Kepemimpinan yang kuat ini mencakup kemampuan untuk memberikan arahan, menginspirasi seluruh elemen pesantren, serta membangun sinergi antara para pengelola, santri, dan masyarakat sekitar. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berorientasi pada pencapaian hasil, Kiai dapat mengarahkan pesantren untuk beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa kehilangan identitasnya, sekaligus memperkuat peran pesantren sebagai pusat pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat (Karim et al., 2023). Dengan demikian, kepemimpinan yang efektif dapat mendorong inovasi dan adaptasi dalam manajemen kehumasan, sehingga pesantren tetap relevan dan diterima oleh masyarakat luas.

Dalam konteks ini, pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak, seperti pengurus pesantren, santri, dan komunitas sekitar, sangat penting untuk menciptakan kolaborasi yang harmonis untuk membangun citra positif pesantren (Fauzian, 2020). Dengan mengedepankan dialog, kerjasama, dan transparansi, pesantren dapat memperkuat hubungan baik dengan masyarakat sekitar, sehingga tercipta lingkungan yang mendukung pengembangan nilai-nilai keislaman, pendidikan, dan sosial yang menjadi karakter utama pesantren.

Di era digital saat ini, media sosial dan berbagai platform online telah menjadi alat yang sangat berpengaruh untuk mendukung penyebaran serta membangun lembaga citra positif, termasuk pondok pesantren (Rustamana et al., 2023). Melalui pemanfaatan teknologi ini, pesantren mempunyai peluang

besar untuk memperkenalkan nilai-nilai, kegiatan, serta program unggulan mereka kepada khalayak yang lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Dengan strategi komunikasi yang terencana dan efektif, pondok pesantren dapat memanfaatkan media sosial sebagai jembatan untuk mewujudkan interaksi yang lebih baik dengan masyarakat (Hati, 2022). Konten yang menarik dan relevan, seperti video pendek, cerita inspiratif, atau informasi edukatif, dapat membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan sekaligus menarik perhatian generasi muda yang cenderung lebih aktif di dunia digital.

Oleh karena itu, sangat penting bagi pondok pesantren untuk secara proaktif meningkatkan kapasitas dalam pengelolaan hubungan masyarakat yang tidak hanya selaras dengan dinamika modern, tetapi juga mampu mengantisipasi perubahan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat (Abdurrahman et al., 2021). Langkah ini meliputi pengembangan strategi komunikasi yang efektif, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan kolaborasi dengan berbagai pihak, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Rahmat & Anwar Rudi, 2023). Dengan demikian, pondok pesantren dapat terus memberikan kontribusi yang signifikan, baik untuk menjaga nilai-nilai keislaman maupun untuk mendorong transformasi sosial yang berorientasi pada kemajuan dan keberlanjutan masyarakat secara luas.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas berbagai strategi humas yang relevan dan dapat diterapkan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah. Pembahasannya meliputi bagaimana merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi program-program humas, termasuk tantangan yang mungkin dihadapi dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Dengan memahami strategi-strategi ini, diharapkan pesantren dapat memaksimalkan peran humas untuk mewujudkan visi dan misinya sebagai lembaga pendidikan Islam yang terpercaya dan unggul di masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran detail tentang suatu fenomena, peristiwa, atau pengalaman tertentu (Sugiono, 2014). Penelitian ini sering digunakan dalam fenomenologi sosial untuk menjawab pertanyaan tentang siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa terjadi (Pahleviannur et al., 2022). Penelitian ini bertujuan menemukan pola atau makna dari peristiwa tersebut melalui proses eksplorasi yang mendalam.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif, yang mana peneliti mendeskripsikan data secara lebih lengkap dan detail dari apa yang didapat berdasarkan hasil penelitian. Data yang diperoleh peneliti berkaitan dengan peran manajemen humas di pondok pesantren, hasil penerapan dari manajemen hubungan masyarakat dan faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah (Abduh et al., 2023). Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi secara langsung untuk mendapatkan data sesuai yang dibutuhkan (Lexy J. Moleong, 2019). Wawancara yang berlangsung dilakukan dengan pimpinan pondok pesantren, pengurus pondok, alumni, santri baru, wali santri dan masyarakat sekitar pondok pesantren sebagai informan. Kemudian cara mengalisis data dengan cara yaitu: reduksi data, model data, penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan strategi humas yang efektif di pondok pesantren bukan hanya soal membangun citra positif, tetapi juga mempererat hubungan antara pesantren dan masyarakat (Septian, 2022). Strategi yang baik memungkinkan pesantren untuk lebih terbuka untuk menyampaikan nilai-nilai, program, dan berbagai pencapaian mereka, sehingga masyarakat dapat melihat secara langsung peran besar pesantren

dalam pendidikan dan kehidupan sosial (Rohmah et al., 2021). Hubungan yang kuat ini akan menciptakan kepercayaan, dukungan, dan kerja sama yang saling menguntungkan, baik dalam kegiatan sosial, pendidikan, maupun keagamaan. Dampaknya pun akan sangat signifikan.

Strategi humas yang tepat akan membantu pesantren tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang menjadi lembaga yang benar-benar berkontribusi dalam pembentukan karakter dan moral generasi muda (Faridah, 2020). Dengan menghadirkan lingkungan yang mendukung pembelajaran, pendidikan nilai, dan interaksi sosial yang positif, pesantren bisa menjadi tempat lahirnya generasi yang berintegritas, berakhlak mulia, dan siap memberikan manfaat bagi masyarakat (Inayati et al., 2023). Lebih dari itu, pendekatan humas yang baik juga memastikan pesantren tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan zaman, sehingga terus menjadi mitra penting untuk membangun masyarakat yang lebih baik dan bermartabat.

Pondok pesantren telah lama menjadi pilar penting untuk membentuk generasi yang berakhlak dan berilmu. Namun, di tengah arus informasi yang semakin cepat, citra pesantren menjadi hal yang perlu dikelola dengan baik agar tetap relevan dan diterima oleh masyarakat (Puji Ariyanti & Rohmah, 2021). Peran humas di pesantren bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi yang baik di masyarakat serta merespons berbagai isu yang bisa memengaruhi citra lembaga. Pimpinan pondok pesantren harus memastikan bahwa pesantren tidak hanya dikenal sebagai tempat menuntut ilmu agama, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang aktif dan peduli terhadap lingkungan sekitar (Rifa'ie, 2025).

Strategi Humas untuk Meningkatkan Citra Pesantren

Mengingat masyarakat kini lebih terbuka dan kritis terhadap segala bentuk institusi pendidikan, termasuk pesantren, maka strategi manajemen humas yang efektif sangat diperlukan untuk menjaga hubungan yang baik antara pesantren dengan masyarakat luas, baik itu orang tua santri, masyarakat sekitar, maupun pemerintah. Adapun beberapa langkah strategis yang diterapkan di Pondok Pesantren Al-Masduqiah untuk memastikan citra pesantren tetap positif adalah sebagai berikut (Syaifullah, 2025):

a. Komunikasi yang Terbuka dan Konsisten

Kepercayaan masyarakat tumbuh dari komunikasi yang transparan. Pesantren harus aktif menyampaikan informasi mengenai kegiatan akademik, pencapaian santri, serta kebijakan yang diterapkan. Dengan begitu, masyarakat merasa lebih dekat dan memahami bagaimana pesantren berkontribusi dalam pendidikan dan sosial.

b. Pemanfaatan Media Digital dan Sosial

Meski pesantren dikenal sebagai lembaga yang tertutup, namun hari ini media sosial menjadi jembatan untuk menunjukkan bahwa pesantren juga mengikuti perkembangan zaman. Pesantren kini memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok untuk membagikan momen keseharian santri, ceramah keagamaan, hingga prestasi mereka. Ini tidak hanya meningkatkan eksposur, tetapi juga membuat pesantren lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

c. Menjalin Hubungan Baik dengan Media Massa

Selain media sosial, pesantren juga harus menjaga komunikasi dengan media cetak, televisi, dan portal berita online seperti kegiatan besar di pesantren maupun peringatan hari besar Islam selalu undang media untuk meliput. Ini penting supaya masyarakat tahu bahwa pesantren aktif dan terus berkembang. Dengan demikian, publikasi tentang pesantren tetap kredibel dan memberikan gambaran yang positif.

d. Mengadakan Kegiatan Sosial dan Keagamaan

Tidak cukup hanya berbicara, pesantren harus menunjukkan kepeduliannya kepada masyarakat. Oleh karena itu, bakti sosial, santunan anak yatim, pengajian terbuka, dan pelatihan keterampilan menjadi

agenda rutin Pondok Pesantren Al-Masduqiah sehingga pesantren hadir dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat luas.

e. Mengelola Krisis dengan Bijak

Di era digital, berita menyebar dengan sangat cepat. Ketika muncul isu atau berita negatif tentang pesantren, respons cepat dan komunikasi terbuka sangat diperlukan. Dengan strategi manajemen krisis yang baik, pesantren dapat menjaga reputasinya tetap positif.

Peningkatan kualitas harus terus dilakukan agar citra pesantren tetap eksis di tengah masyarakat dan pesatnya kemajuan teknologi (Fradito et al., 2020). Merek sangat memengaruhi pandangan orang tentang kebaikan dan buruknya sebuah lembaga pendidikan, yang kemudian memengaruhi mereka untuk berpartisipasi di dalam lembaga pendidikan. Citra ini melibatkan beberapa aspek, yaitu merek mudah diingat, mudah dikenal, serta mempunyai reputasi baik. Dengan demikian, produk atau merek yang dipakai dapat membuat citra merek lebih terkenal lagi (Akbar & Aswar, 2020). Citra, di sisi lain, merupakan program pendidikan yang mendorong masyarakat untuk menempatkan anak didik mereka di pondok pesantren tersebut sehingga program tersebut dilaksanakan dengan sangat tepat sasaran meningkatkan daya saing pesantren tersebut, dibandingkan dengan pesantren lain.

Tantangan untuk Mengelola Humas Pesantren

Meskipun berbagai strategi telah diterapkan, ada beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah kurangnya tenaga profesional di bidang Humas. Pimpinan dan segenap *stakeholders* belajar bagaimana mengelola humas secara modern. Karena sumber daya manusia yang paham strategi komunikasi masih terbatas (Rifa'ie, 2025). Selain itu, masih ada stigma bahwa pesantren adalah lembaga yang tertutup. Banyak masyarakat yang menganggap pesantren hanya untuk kalangan tertentu dan tidak terbuka bagi umum. Persoalan ini yang sedang dihadapi dan ditangani sehingga pesantren bukan hanya tempat belajar agama, tapi juga tempat berbagi ilmu dan membangun peradaban (Syaifullah, 2025).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pimpinan dan *stakeholders* Pondok Pesantren Al-Masduqiah menekankan pentingnya pelatihan komunikasi bagi pengurus pesantren serta kemitraan dengan media dan lembaga akademik sehingga humas pesantren lebih profesional, lebih aktif, dan lebih inovatif (Rifa'ie, 2025). Ke depan, pesantren dapat menggunakan teknologi dengan lebih optimal, sehingga informasi yang disampaikan lebih cepat, akurat, efektif, dan menjangkau lebih banyak orang. "Kami ingin pesantren tidak hanya dikenal sebagai pusat pendidikan Islam, tetapi juga sebagai lembaga yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat (Syaifullah, 2025).

Suatu lembaga pendidikan seperti pondok pesantren membutuhkan manajemen humas untuk membangun citra yang baik agar dapat bertahan atau lebih meningkatkan kualitasnya. Oleh karena itu citra yang positif harus dipupuk sejak dini agar stigma masyarakat semakin kuat untuk menjamin kepercayaan terhadap institusi secara keseluruhan agar para santri berkembang lebih lanjut di pesantren tersebut. Sehingga masyarakat yang menjadi konsumen pada lembaga pendidikan untuk memilih sebagai hak utama untuk menempatkan anak didik mereka pada lembaga. Citra yang diterapkan dalam program pendidikan inklusif seperti pesantren dapat membuat masyarakat memutuskan dan tertarik, sehingga mempunyai pandangan positif bagi halyak masyarakat.

4. KESIMPULAN

Manajemen hubungan masyarakat (humas) di Pondok Pesantren Al-Masduqiah mempunyai peran penting, bukan hanya sebagai penghubung antara pesantren dan masyarakat, tetapi juga sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan dan citra positif pesantren di mata publik. Humas bertugas menyampaikan informasi yang baik dan inspiratif, menangani berbagai persoalan komunikasi, serta menjalin hubungan yang erat dan harmonis dengan berbagai pihak, seperti santri, orang tua, alumni, dan

masyarakat sekitar. Strategi Humas yang tepat dapat membantu pesantren menciptakan kesan yang positif di tengah masyarakat. Dengan membangun citra yang baik, pesantren tidak hanya menarik perhatian calon santri baru, tetapi juga mendapatkan dukungan dari banyak pihak sekaligus menjaga hubungan baik dengan komunitas sekitar. Pendekatan yang terencana dan sistematis dalam pengelolaan humas akan memastikan bahwa setiap kegiatan atau program pesantren dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat, sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami dan diterima dengan baik.

5. REFERENSI

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Abdullah, R., & Afgani, M. W. (2023). Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 31–39.
- Abdurrahman, A., Anwar, I. F., Mauliza, S., & Afkarina, N. (2021). Integrasi Kurikulum Madrasah Diniyah dengan Lembaga Formal dalam Meningkatkan Mutu Lulusan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(2). <https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i2.2291>
- Akbar, M., & Aswar, A. (2020). Manajemen Peserta Didik Pada Pondok Pesantren Tahfizh Al-Qur'an Imam Asy-Syaathiby Wahdah Islamiyah Tingkat 'Ulya Bottobaddo. *Journal EVALUASI*, 4(2). <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i2.451>
- Chotimah, C., Natsir, A., & Siddiq, S. (2023). Manajemen Kebudayaan Pesantren Pascamodern di Indonesia. *Muslim Heritage*, 8(1). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.5037>
- Efendi, N. (2022). Implementation of Total Quality Management and Curriculum on the Education Quality. *Journal of Social Studies Education Research*, 13(3).
- Faridah, S. (2020). Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19. *EDUSIANA: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 7(02).
- Fauzian, R. (2020). Kiai Leadership Transformation In Forming Regeneration And Developing Pesantren Perspective Of Social Change. *Penamas*, 33(2). <https://doi.org/10.31330/penamas.v33i2.406>
- Fradito, A., Suti'ah, S., & Mulyadi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>
- Fuadi, M. A., & Arisandi, B. (2022). Study of The Shift in The Function from Religious Education to Rehabilitation: Pesantren Al-Jannatu Dārul Ma'wa Condromowo Ngawi. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 8(2). <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v8i2.5869>
- Hati, S. T. (2022). Eksploitasi Media Audio Visual dalam Pembelajaran IPS di MTs Negeri Medan. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3278>
- Heryana, S. E. C. (2020). Existence Of Salafiyyah Islamic Boarding School In The Middle Era Of Industrial Revolution 4.0. *OISAA Journal of Indonesia Emas*, 3(2). <https://doi.org/10.52162/jie.2020.003.02.1>
- Inayati, M., Mulyadi, M., & Nurhadi, A. (2023). Analisis Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Pesantren Melalui Manajemen Humas. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v7i2.1631>
- Karim, A., Fathurrohman, O., Muhammadun, Saripudin, W., Rahmat, D., & Mansir, F. (2023). Altruistic works, religion, and corruption: Kiais' leadership to shape anti-corruption values in pesantren. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2238968>
- Lexy J. Moleong, D. M. A. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). *PT. Remaja Rosda Karya*. <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2013.02.055>

- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., & Saputra, D. N. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Pradina Pustaka*.
- Puji Ariyanti, & Rohmah, U. (2021). Implementasi Manajemen Pembiayaan Pendidikan Di Lkp Doremi Home Music Course Ponorogo. *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management*, 1(02). <https://doi.org/10.21154/excelencia.v1i02.140>
- Rahmat, A., & Anwar Rudi. (2023). Quo Vadis Pendidikan Pesantren di Era Digital. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 11(1), 99–118. <https://doi.org/10.52185/kariman.v11i1.298>
- Rohmah, N., Hidayat, S., & Nulhakim, L. (2021). Implementasi Pendidikan Karakter Disiplin dalam Mendukung Layanan Kualitas Belajar Siswa. *Jurnal Imiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/jipp.v5i1.30308>
- Rokim, R., & Hikmah, R. (2021). Integrasi Pendidikan Agama Dan Sains Sebagai Strategi Membangun Brand Image Di Ma Sains Roudlotul Qur'an Lamongan. *Kuttab*, 5(2). <https://doi.org/10.30736/ktb.v5i2.667>
- Rustamana, A., Suandi, M., Rahma, Z. S., & Nugroho, E. (2023). Pengembangan dan Pemanfaatan Media Cetak: Modul, Hand Out, dan LKS dalam Pembelajaran. *Cendekia Pendidikan*, 1(8).
- Septian, R. (2022). Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta Pendahuluan Lembaga pendidikan merupakan agen perubahan dan tempat untuk. *Media Manajemen Pendidikan*, 4(3), 496–507.
- Sugiono, P. D. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif.pdf. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sukino, Saumi Setyaningrum, Imron Muttaqin, & Triyo Supriyatno. (2023). Islamic Educational Institutions And Social Change In Rural Communities. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 34. <https://doi.org/10.59670/jns.v34i.1565>